

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
Кафедра «Журналистика»

направление подготовки 42.03.02 «Журналистика»

### **БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: **«Авторская рубрика о современной музыке  
в молодежной газете “Спичка” (творческая работа)»**

Студентка

М.В. Акимова

---

Научный  
руководитель

Л.В. Иванова, канд. филол. наук,  
доцент

---

**Допустить к защите**

Заведующий кафедрой      канд. филол. наук., Н.И. Тараканова

---

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

Тольятти 2016

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
Кафедра «Журналистика»

Утверждаю  
Зав. кафедрой «Журналистика»  
\_\_\_\_\_ Н.И. Тараканова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

### **ЗАДАНИЕ**

#### **на выполнение бакалаврской работы**

Студент: Акимова Маргарита Владимировна.

1. Тема: «Авторская рубрика о современной музыке в молодежной газете «Спичка» (творческая работа)»
2. Срок сдачи студентом законченной выпускной квалификационной работы – 15 июня 2016 года.
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: научные труды по проблеме разработки концепции СМИ (И.М. Дзялошинский, Е.Л. Варатнова, Е.П. Прохоров и др.), а также по теории жанров журналистики, по вопросу их смешения и трансформации (А.А. Тертычный, Л.Е. Кройчик, Г.В. Лазутина и др).
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов, разделов)
  - научные представления о феномене массовой музыкальной культуры, о роли музыкальной культуры в формировании личности молодого человека;
  - систематизированные сведения по теории и методике разработки концепции авторской рубрики;
  - представления о факторах, влияющих на содержательно-формальные и жанрово-стилистические характеристики рубрики в молодежном издании;
  - содержательная концепция авторской рубрики о современной музыке, ориентированной на молодежную аудиторию;
  - серия авторских материалов для рубрики;
  - самоанализ материалов рубрики и реакция аудитории на них.
5. Ориентировочный перечень графического и иллюстративного материала – нет.
6. Консультанты по разделам:
7. Дата выдачи задания «21» октября 2015г.

Руководитель выпускной  
квалификационной работы

\_\_\_\_\_ Л.В. Иванова

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_ М. В. Акимова

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт  
Кафедра «Журналистика»

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой «Журналистика»  
\_\_\_\_\_ Н.И. Тараканова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН**

**выполнения выпускной квалификационной работы**

студента по теме: «Авторская рубрика о современной музыке в молодежной газете  
«Спичка» (творческая работа)»

Наименование раздела работы	Плановый срок выполнения раздела	Фактический срок выполнения раздела	Отметка о выполнении	Подпись руководителя
Утверждение темы	Октябрь 2015 г.	21.10.2016	выполнено	
Сбор материала по теоретической части	Сентябрь – декабрь 2015 г.	Сентябрь – декабрь 2015 г.	выполнено	
Написание I главы	Декабрь 2015 г.– январь 2016 г.	Декабрь 2015 г.– январь 2016 г.	выполнено	
Обсуждение I главы на кафедре	Февраль 2016 г.	Февраль 2016 г.	выполнено	
Практическое исследование, анализ, описание	Февраль – апрель 2016 г.	Февраль – апрель 2016 г.	выполнено	
Написание II главы, представление работы на кафедре	Март – апрель 2016 г.	Март – апрель 2016 г.	выполнено	
Предзащита работы	Май 2016 г.	Май 2016 г.	выполнено	

Руководитель выпускной  
квалификационной работы

\_\_\_\_\_  
Л.В. Иванова

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_  
М.В. Акимова

## Аннотация

Актуальность выпускной квалификационной работы заключается в выполнении задания редакции молодежной газеты «Спичка». Для решения поставленных редактором задач в рамках выпускной квалификационной работы была создана, обоснована и реализована концепция авторской рубрики о современной музыке «Белый шум».

Теоретико-методологическую базу составили научные труды по теории жанров журналистики, по проблемам их смещения и трансформации. Процесс разработки концепции авторской рубрики был организован в соответствии с логикой, предложенной И.М. Дзялошинским в учебно-методическом пособии «Концепция современного периодического издания». На содержание работы существенное влияние оказали труды Г.С. Мельник о методах журналистики, а также монография В.В. Тулупова, в которой описан процесс моделирования СМИ.

Содержание второй главы включает описание концепции авторской рубрики о современной музыке, разработанной для молодежной газеты «Спичка», а также результаты самоанализа подготовленных материалов и систематизированные результаты опроса, проведенного для выяснения отношения к рубрике читательской аудитории.

Практическая значимость проделанной работы заключается в реализации авторского проекта на базе молодежного медиахолдинга ТГУ. Работа может быть интересна авторам, планирующим вести тематическую рубрику в молодежном издании.

## Оглавление

Введение.....	6
Глава 1. Предпосылки и технология апгрейда авторской рубрики в молодежном издании .....	9
1.1 Сущность и морфология музыкальной культуры как фактор трансформации рубрики «Белый шум» в молодежной газете «Спичка».....	9
1.2 Интерес молодежи к музыкальной культуре как прагматический фактор апгрейда рубрики .....	17
1.3 Технология апгрейда авторской рубрики.....	27
Глава 2. Авторская рубрика «Белый шум» в молодежном издании: концепция и ее реализация .....	32
2.1 Концепция авторской колонки о музыке.....	32
2.2 Самоанализ авторских материалов о современной музыке, опубликованных в рубрике «Белый шум» .....	37
Заключение .....	44
Список использованной литературы.....	46

## Введение

С сентября 2013 года в газете «Спичка» существует рубрика «Белый шум». Изначально ее идеей было оперативно информировать читательскую аудиторию о музыкальных новинках и событиях, связанных с популярными музыкальными исполнителями. Однако в декабре 2014 г. из редакции ушел автор рубрики Евгений Воротников. С этого момента у рубрики появился новый автор, перед которым редактор газеты поставил новые задачи: регулярно писать о современных музыкальных исполнителях, которые, по мнению автора, производят качественный контент; освещать их творчество в оригинальном «ключе»; а также найти способы расширения кругозора и лексического запаса читателей газеты «Спичка» в сфере музыки.

Для решения поставленных редактором задач в рамках выпускной квалификационной работы была создана, обоснована и реализована концепция авторской рубрики о современной музыке «Белый шум». В этом заключается актуальность темы.

Объектом изучения в выпускной квалификационной работе является оценочная деятельность журналиста в сфере современного музыкального искусства.

Предметом – авторская рубрика о современной музыке.

Цель выпускной квалификационной работы: разработать концепцию и реализовать ее в авторской рубрике о современной музыке на страницах молодежной газеты «Спичка».

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) ознакомиться с научными представлениями о феномене массовой музыкальной культуры, о роли музыкальной культуры в формировании личности молодого человека;

- 2) систематизировать сведения из научной и учебно-методической литературы о теории и методике разработки концепции авторской рубрики, о

факторах, влияющих на ее содержательно-формальные и жанрово-стилистические характеристики в молодежном издании;

- 3) разработать и описать концепцию ориентированной на молодежную аудиторию авторской рубрики о современной музыке;
- 4) подготовить серию авторских материалов для рубрики;
- 5) провести самоанализ материалов рубрики и изучить реакцию аудитории на них.

Теоретико-методологическую базу составили научные труды по теории жанров журналистики, по проблемам их смешения и трансформации таких авторов как А.А. Тертычный, Л.Е. Кройчик, Г.В. Лазутина. Процесс разработки концепции авторской рубрики был организован в соответствии с логикой, предложенной И.М. Дзялошинским в учебно-методическом пособии «Концепция современного периодического издания». На содержание работы существенное влияние оказали труды Г.С. Мельник о методах журналистики, а также монография В.В. Тулупова, в которой описан процесс моделирования СМИ.

При осмыслении феномена массовой музыкальной культуры и ее влияния на сознание и чувственную сферу молодежи мы опирались на научные статьи философов, социологов Ю.Л. Воробьева, И.Н. Милорадовой, а также культурологов М.Ю. Долгушиной и других.

Для достижения поставленной цели были использованы следующие методы: для разработки и описания концепции авторской рубрики – метод моделирования и теоретико-типологический анализ; для изучения аудитории – опрос; для анализа авторских материалов – структурно-функциональный и жанроописательный методы.

Эмпирической базой выпускной квалификационной работы выступили авторские материалы рубрики о музыке, опубликованные в газете «Спичка» за период с декабря 2014 г. по май 2016 г.

Практическая значимость проделанной работы заключается в реализации авторского проекта на базе молодежного медиахолдинга ТГУ.

Кроме того, содержание работы может быть полезно для журналистов, планирующих вести авторскую рубрику о современной массовой музыке в молодежном СМИ.

Цели и задачи выпускной квалификационной работы обусловили ее структуру: она состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложения, в которое входят авторские публикации.

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, обозначаются объект, предмет, цель и задачи исследования, ее теоретико-методологическая и эмпирическая базы, а также определяется ее практическая значимость.

В первой главе описываются предпосылки и технологии апгрейда авторской рубрики в молодежном издании. Во второй главе представлена концепция авторской рубрики о современной музыке, результаты самоанализа подготовленных материалов, а также систематизированные данные опроса, проведенного для выяснения отношения к рубрике читательской аудитории.

В приложение к работе включены авторские материалы о современной музыке, опубликованные в постоянной рубрике «Белый шум» молодежной газеты «Спичка» за период с сентября 2015г. по март 2016г.

## **Глава 1. Предпосылки и технология апгрейда авторской рубрики в молодежном издании**

### **1.1 Сущность и морфология музыкальной культуры как фактор трансформации рубрики «Белый шум» в молодежной газете «Спичка»**

Музыка входит в число наиболее древних и распространенных видов искусств. В толковом словаре В. Зорина музыка характеризуется как «искусство, отражающее действительность и воздействующее на человека посредством звуковых образов, выступающее специфическим средством общения людей»<sup>1</sup>. Она обладает способностью сильного эмоционального воздействия, как на отдельного человека, так и на большие коллективы.

Музыка обращена не только к сознанию конкретного человека, но и воздействует на его актуальное настроение. Люди окружают себя той музыкой и теми музыкальными произведениями, которые наиболее точно соответствуют их образу мыслей, душевному складу, окружающей среде, и психотипу. Одним из основных вопросов музыкальной социологии А. Сохор считает вопрос о выполняемых музыкой социальных функций: «музыка участвует в воспитании людей и преобразовании общества; формирует интеллектуальные, волевые и нравственные качества человека; побуждает и стимулирует в личности творческие силы и способности; содействует социализации личности; организует и сплачивает людей»<sup>2</sup>.

Музыка используется в просветительских целях, участвует в общении, так как занимается образованием символов важных понятий общества и ситуаций, вырабатывая их звуковые образы, транслируя во времени и пространстве эмоционального и другого духовного опыта человечества и отдельных групп, организацией и оформлением различных общественных

---

<sup>1</sup> Зорин В.И. Евразийская мудрость от А до Я. А., 2002. С. 407.

<sup>2</sup> Сохор А.Н. Музыка как вид искусства. М., 1961. С. 21.

действ и, способствует тесному общению и сближению людей, формирует их ценности в обществе.

Музыкальный выбор является элементом культуры человека. В современной науке термин «культура» употребляется преимущественно в двух значениях: «широком» и «узком». Культурологи А.А. Пелипенко и И.Г. Яковенко – сторонники «широкого» подхода, они относят к культуре все общепринятые в обществе формы жизни – обычаи, нормы и т.п. В толковом словаре С.И. Ожегова культура понимается как «совокупность производственных, общественных и духовных достижений людей»<sup>3</sup>.

В философском энциклопедическом словаре культура определяется как «уход, улучшение, облагораживание телесно-душевно-духовных склонностей и способностей человека; соответственно существует культура тела, культура души и духовная культура»<sup>4</sup>.

Философ и культуролог П.С. Гуревич утверждает, что культура – «это не пассивное хранение материальных и духовных ценностей, созданных предшествующими поколениями, а активное творческое их использование человечеством для улучшения своей жизни. Она выступает как механизм передачи социального опыта»<sup>5</sup>.

Оба значения, широкое и узкое, равноправны, но употреблять советуют в зависимости от контекста. Разницу между ними А.А. Пелипенко и И.Г. Яковенко видят в следующем: «в первом случае культура включает в себя социальные проблемы, в частности, социальные институты (религию, науку, семью, экономику, право), а во втором – она ограничивается историей и теорией художественной культуры и искусства. В первом случае акцент делается на социологические, антропологические, этнографические методы и данные, во втором – на искусствоведческие, философские и литературоведческие»<sup>6</sup>.

---

<sup>3</sup>Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М., 1991. С.505 .

<sup>4</sup>Философский энциклопедический словарь. М., 1997. С. 271.

<sup>5</sup>Гуревич П.С. Философия культуры. М., 1993. С. 8.

<sup>6</sup>Пелипенко А.А., Яковенко И.Г. Культура как система. М., 2002. С. 67.

Особенности производства и потребления культурных ценностей позволили культурологам выделить различные социальные формы существования культуры: элитарную и массовую.

Элитарная культура рассматривается в культурологии как противоположность массовой культуры. Культуролог А. И. Кравченко пишет, что «элитарная культура создается привилегированной частью общества, либо по ее заказу профессиональными творцами, включая в себя изобразительное искусство, литературу, театр, классическую музыку. Высокая культура (например, живопись Пикассо, музыка Шенберга, фильмы Феллини, Тарковского, книги Кафки, Белля, картины Пикассо, музыку Дюваля, Шнитке) трудна для понимания неподготовленного человека. Как правило, она на десятилетия опережает уровень восприятия средне образованного человека. Круг ее потребителей – высокообразованная часть общества: критики, литературоведы, завсегдатае музеев и выставок, театралы, художники, писатели, музыканты»<sup>7</sup>.

Производителем и потребителем элитарной культуры является– элита. Элита есть в каждом классе общества. Культуролог А.А Радугин определяет элиту как «часть общества, наиболее способную к духовной деятельности, одарённую высокими нравственными и эстетическими задатками. Именно она обеспечивает общественный прогресс, поэтому искусство должно быть ориентировано на удовлетворение её запросов и потребностей. Стало быть, элитарная культура не стремится быть понятой всеми, она принципиально обращается только к элите»<sup>8</sup>.

Как и в случае с культурой однозначного определения массовой культуры нет. В трудах Х. Ортеги-и-Гассета термин «массовая культура» не употребляется вовсе, но объектом его критики становятся черты буржуазной культуры как «массовой культуры»<sup>9</sup>.Филолог В.М. Березин определяет массовую культуру как «явление, характеризующее особенности

---

<sup>7</sup> Кравченко А.И. Культурология: учебное пособие для вузов. М., 2001. С.73 .

<sup>8</sup>Радугин А.А.Культурология: учебное пособие. М., 2001. С. 304 .

<sup>9</sup>Ортега-и-ГассетХ. Тема нашего времени. М., 1997. С. 126.

производства культурных ценностей в современном обществе»<sup>10</sup>. Социолог Дэниел Белл считает, что массовая культура – «это своего рода организация обыденного сознания в информационном обществе, особая знаковая система или особый язык, на котором члены информационного общества достигают взаимопонимания»<sup>11</sup>. Социолог В.П.Терин в работе «Массовая коммуникация: Социокультурные аспекты политического воздействия» утверждает, что «массовая культура направлена на создание такого положения, при котором потребитель ее изделий постоянно узнавал бы то, что он уже знает, и видел в этих изделиях доказательство извечности существования известных ему ценностей. Она приучает множество людей смотреть на все разнообразие и сложность современного мира через жестко фиксированную призму распространяемых ею стандартов»<sup>12</sup>.

Для понимания сути массовой культуры необходимо осмыслить феномен «массы». Философ и социолог Х. Ортега-и-Гассет определяет «массу» как «всякого и каждого, кто ни в добре, ни в зле не мерит себя особой мерой, а ощущает таким же, "как и все", и не только не удручен, но доволен собственной неотличимостью»<sup>13</sup>. Характеризуя человека-массу, Ортега выделяет следующие, присущие ему черты: врожденное ощущение безвозмездности и легкости жизни, чувство собственного превосходства и всемогущества, а также желание вмешиваться во все, навязывая бесцеремонно свою ничтожность и плебейство, то есть в духе «прямого действия»<sup>14</sup>.

Культуролог Элиас Канетти описывает важные характеристики массы в работе «Масса и власть»:

- 1) масса всегда стремится расти;
- 2) внутри массы господствует равенство;
- 3) масса любит плотность;

---

<sup>10</sup>Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М., 2002. С.17.

<sup>11</sup>Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М., 1993. С. 73.

<sup>12</sup>Терин В.П. Массовая коммуникация: Социокультурные аспекты политического воздействия. М., 1999. С. 56

<sup>13</sup>Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс. М., 2003. С. 211.

<sup>14</sup>Там же. С. 211.

4) масса требует направления<sup>15</sup>.

Адекватное представление о «массовой культуре» можно получить, лишь поместив ее в следующий контекст: массовое общество, массовое производство, массовое потребление, массовая коммуникация. Из этого взаимодействия вытекают важнейшие атрибуты массовой культуры, так или иначе отмечаемые ее исследователями<sup>16</sup>: ориентирована на большую аудиторию, поэтому с одной стороны она направляет стандартизацию массы, а с другой стандартизирована сама; производится в больших масштабах; имеет статус товара; транслируется через СМК.

Сторонники положительной точки зрения на роль массовой культуры в жизни общества, указывают что: она манит к себе массу, не умеющую использовать свой досуг продуктивно; создает знаковое пространство, которое способствует тесному взаимодействию; дает возможность широкой аудитории познакомиться с произведениями высокой культуры<sup>17</sup>.

В морфологии массовой и популярной культуры выделяются тематические пласты, представленные конкретной сферой искусства, например, музыкальная культура. Р.Н. Шафеев в диссертационном исследовании «Музыкальная культура как система»<sup>18</sup> включает такие элементы как:

- 1) музыка как явление;
- 2) музыкальная теория и музыкальная критика;
- 3) музыкальное образование;
- 4) музыкальное воспитание.

Эти структурные элементы музыкальной культуры существуют не изолированно друг от друга, а находятся в тесной взаимосвязи. В качестве доминирующего элемента системы ученый выделяет музыку как носителя

---

<sup>15</sup>Канетти Э. Масса и власть. М., 1997.С.23 .

<sup>16</sup>Флиер А.Я. Массовая культура и её социальные функции. М., 1998.С. 45.

<sup>17</sup>Шестаков В.П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры». М., 1988. С. 46-57.

<sup>18</sup>Шафеев Р.Н. Музыкальная культура как система: автореф. дисс., канд. фил.наук. Казань, 2007. <http://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-k-izucheniyu-muzykalnoy-kultury-i-ee-struktura-muzykalnoy-kultury> (дата обращения: 15.12.2015)

духовных ценностей. Социолог и музыковед А.Н. Сохор в работах «Музыка как вид искусства»<sup>19</sup>, «Музыка и общество»<sup>20</sup>, «Вопросы социологии и эстетики музыки»<sup>21</sup> представляет музыкальную культуру как целостную социокультурную систему со своими задачами и функциями.

По мнению музыкального социолога А.Н. Сохора: «Понятие музыкальной культуры охватывает целую систему лиц, общественных групп и учреждений, ведущих музыкальную деятельность, различные виды этой деятельности (творчество, распространение, восприятие этой музыки), ее духовные и материальные условия, и наконец, результаты. Музыкальную культуру можно рассматривать как гигантскую систему коммуникации»<sup>22</sup>.

По мнению культуролога М.Ю. Долгушиной, музыкальная культура является «совокупностью музыкальных ценностей, включая их производство, хранение и распространение».<sup>23</sup> Музыкальная культура занимает важное место в культуре общества, с помощью нее раскрывается эпоха и ее духовный облик. Изучение музыкальной культуры дает возможность изучить эмоциональное движение народа. В этом случае, музыкальный образ передает эмоциональную реакцию на воспринимаемое событие. В статье доктора философских наук Л.П. Шиповской «Музыка и общество: социологический аспект»<sup>24</sup> предлагается рассматривать музыкальную культуру в трех аспектах:

- как деятельность в процессе создания и исполнения музыки;
- как процесс производства (индустрия массовой музыки и звукозаписи);
- как состояние и развитие музыкального общественного сознания, проявляющееся в востребованных тех или иных видов музыки и

---

<sup>19</sup>Сохор А.Н. Музыка как вид искусства. М., 1961. С.21.

<sup>20</sup>Сохор А.Н. Музыка и общество. М., 1972. С.45.

<sup>21</sup>Сохор А.Н. Вопросы социологии и эстетики музыки. Л., 1983.С. 37.

<sup>22</sup>Сохор А.Н. Музыка как вид искусства. М., 1961.С. 64.

<sup>23</sup>Долгушина М.Ю. Феноменология музыкальной культуры // Аналитика культурологии. 2012, №22. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/fenomenologiya-muzykalnoy-kultury> (дата обращения: 04.04. 2012).

<sup>24</sup>Шиповская Л. П. Музыка и общество: социологический аспект // Сервис Plus. 2013, №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/muzyka-i-obschestvo-sotsiologicheskij-aspekt-razvitie-i-sostoyanie-muzykalnogo-obschestvennogo-soznaniya> (дата обращения: 08.03.2013).

раскрывающееся в разнообразии форм и видов воспроизводства и потребления музыки.

Также как и культура, музыкальная культура делится на элитарную, и массовую. Культуролог В.Матвеев в статье «Элитарная и массовая культура внутренне близки» отмечал, что «массовое музыкальное производство культивирует неразвитые вкусы, тогда как элитарная музыка, являясь подлинным «высоким» искусством, способствует воспитанию и просвещению слушателей, развитию их критического восприятия»<sup>25</sup>. Он считает, что отнесение элитарной музыки к положительному, а массовой – к отрицательному явлениям – весьма условно и не соответствует положению вещей, которое имеется на сегодняшний день. Многие музыкальные критики отмечают, что в массовой культуре могут встречаться образцы истинного искусства, а в элитарной – присутствовать клише. У. Дибелнус писал «публика разучилась слушать, наблюдать и находить то, что в современной музыке считается полезным и интересным»<sup>26</sup>.

Получается, что массовая музыкальная культура сегодня охватывает разные сферы музыкального творчества. То, что раньше существовало как элитарная культура, становится частью массовой культуры, и наоборот. В подтверждение указанного тезиса можно привести слова В. Матвеева: «Представители разных этапов эволюции авангарда расходятся в оценке элитарной и массовой музыки и в вопросе о музыкальном восприятии. Согласно воззрениям элитарного авангарда, прогресс в искусстве возможен при условии критического восприятия музыки. В противном случае теряется критерий оценки, и музыка превращается в нейтральный фон. Поэтому, пока массовая публика не поймет когда она «ходит в музей», а когда на авангардистский концерт-эксперимент, не осознает, зачем вообще ходить на концерты, - до тех пор, вряд ли можно говорить о музыкальном прогрессе»<sup>27</sup>.

---

<sup>25</sup>Матвеев В. Элитарная и массовая культура внутренне близки / Общественные науки и современность 1991. № 1. С. 60-65.

<sup>26</sup>MusikaufderFluchtvorsichselbst: AchteAufsatze. HrsgvonDibelius.Munchen, 1969. S.152.

<sup>27</sup>Матвеев В. Элитарная и массовая культура внутренне близки. 1991. № 1. С. 60-65.

Для массовой музыкальной культуры характерны большое стилевое расслоение, жанрово-стилевые трансформации, доступность, эмоциональная выразительность, воплощение немногих универсальных идей и образов. В связи с этим возникает предположение, что множественность стилей массовой музыки является отчасти мнимой, и что данная культура базируется на немногих стилевых основаниях, связанных с определенными идейно-образными сферами. А.О. Бельтюков в работе «Специфика и основания массовой музыкальной культуры XXв.» высказывает предположение, что «стилевые основания массовой музыкальной культуры должны определяться музыкальной спецификой стилей – то есть особенностями системы выразительных средств, связанной с идейным, образным содержанием музыки»<sup>28</sup>.

Один из лидеров современной отечественной музыки композитор С. Слонимский пишет: «Нынешний разгул массовой культуры пагубно воздействует на сознание детей и подростков. Разрыв между высочайшим уровнем сегодняшней подлинной музыкальной культурой и массовой продукцией, тиражируемой средствами массовой информации, небывало огромен. И чем выше технический прогресс, тем ниже уровень музыкальных вкусов владельцев и продавцов этих технических средств, ниже уровень того музыкального товара, который они непрерывным повторением навязывают потребителям какякобы самый престижный, самый «крутой». Удручает обвальное, направленно достигнутое падение вкусов, почти одичание немалого числа телезрителей, посетителей интернет-сайтов, на самый низкопробный вкус рассчитаны передачи самых главных телеканалов. В качестве шика – нецензурная брань, звучащая из уст телезвезд»<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup>Бельтюков А.О. Специфика и основания массовой музыкальной культуры XXв //Теория и практика общественного развития. 2015, № 11. URL: [http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv\\_zhurnala/2015/12/culture/beltyukov.pdf](http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2015/12/culture/beltyukov.pdf) (дата обращения: 24.02.2015).

<sup>29</sup>Лопатина Е. И. К проблеме встречного движения массовой культуры и академической музыки в условиях современности // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2011, №17. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-vstrechnogo-dvizheniya-massovoy-kultury-i-akademicheskoy-muzyki-v-usloviyah-sovremennosti> (дата обращения: 11.01.2016).

Таким образом, определив сущность и морфологию музыкальной культуры, мы пришли к выводу, что именно массовая музыкальная культура на сегодняшний день является основным показателем уровня музыкальной культуры человека. Более глубокое погружение в проблему влияния музыкальной культуры на чувства, настроение и сознание молодежной аудитории стало возможным благодаря изучению научных работ. В следующем пункте мы рассмотрим влияние массовой музыкальной культуры на молодежь.

## **1.2 Интерес молодежи к музыкальной культуре как прагматический фактор апгрейда рубрики**

Емкое определение понятия «молодёжь» дает В.Т. Лисовский в работе «Социология молодежи»: «Молодёжь – поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции, в зависимости от конкретных исторических условий».<sup>30</sup> Позднее социолог И.С. Кон дополнил определение рядом признаков: «Молодёжь – это социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств. Молодость как определённая фаза, этап жизненного цикла биологически универсальна, но её конкретные возрастные рамки, связанный с ней социальный статус и социально-психологические особенности имеют социально-историческую природу и зависят от общественного строя, культуры и свойственных данному обществу закономерностей социализации»<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup>Лисовский В. Т. Социология молодежи. СПб.,1996.С.32.

<sup>31</sup>Безрукова О. И. Социология молодежи. СПб.,2004.С.6.

Социологи А.И. Ковалёва, О.Г. Мельникова определяют молодёжь как социально-демографическую группу общества, «выделяемую на основе совокупности характеристик, особенностей социального положения и обусловленных теми или другими социально-психологическими свойствами (интересы, способности, темперамент), которые определяются уровнем социально-экономического, культурного развития, особенностями социализации в российском обществе»<sup>32</sup>. О.Г. Щенина отмечает, что под молодежью в «настоящее время в соответствии с действующими нормативными документами РФ понимаются граждане в возрасте от 14 до 30 лет включительно, то есть социально активная часть населения, которая представляет собой наиболее перспективную часть наших граждан, желающих обеспечить реализацию своих интересов»<sup>33</sup>.

О.Г. Щенина делит молодежи на группы по возрастному признаку. Подростки (14-16 лет) находятся в возрасте продолжения полового созревания и становления других биологических систем организма, для которого характерны максимальные диспропорции в уровне и темпах физиологического и психологического развития. К этой группе относятся учащиеся средних школ и профессиональных учебных заведений, находящиеся, как правило, на иждивении родителей или государства<sup>34</sup>.

Юношество (17-19 лет) характеризуется завершением физического созревания, это возраст самоопределения начала самостоятельной профессиональной деятельности или выбора качественно новой профессиональной учебы. В этом возрасте начинается процесс социализации - происходит приобретение почти всей полноты гражданских прав, а вместе с

---

<sup>32</sup>Ковалёва А.И., Луков В.А. Социология молодёжи. Теоретические вопросы. Москва: Социум, 1999. С. 91.

<sup>33</sup>Письмо Минобрнауки РФ от 30.05.2006 N АС-588/06 «О методических рекомендациях по организации работы органов местного самоуправления в решении вопросов организации и осуществления мероприятий по работе с детьми и молодежью» // Консультант-плюс. 2006. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=372431;dst=100027> (дата обращения: 2.11.2012).

<sup>34</sup>Щенина О. Г. Молодежная политика в современной России // Сайт Института развития гражданского общества и местного самоуправления: [сайт]. 2005. URL: <http://www.c-society.ru/main.php?ID=230770&ar2=30&ar3=14> (дата обращения: 2.11.2012).

тем расширяется диапазон общественно-политических ролей и связанных с ними интересов и ответственности<sup>35</sup>.

Ценностные ориентировки этих групп схожи, их жизненные ценности и интересы, подкрепляемую прямым воздействием массовой культуры, имеют преимущественно развлекательную направленность; ценности национальной культуры вытесняются западными образцами поведения и символами; приоритет потребительских ориентаций.

Собственно молодежь (20-24 года) состоит из студентов и молодых людей, завершающих профподготовку и создающих собственные семьи. В этот период продолжается процесс социализации<sup>36</sup>.

Для формирования личности молодого человека значение имеют его музыкальные пристрастия, которые на самом деле могут рассказать о многих особенностях личности. Ю. Л. Воробьев и И.Н. Милорадова считают, что по домашней коллекции музыки можно судить об уровне общей культуры: чем более сложные музыкальные композиции можно обнаружить в его собраниях, тем более развит индивид. Анализ, проведенный философами Ю. Л. Воробьевым и И.Н. Милорадовой<sup>37</sup>, подтвердил, что ведущее место у молодежи занимает развлекательная музыка: танцевальная и зарубежная эстрадная. Ученые Ю.Л. Воробьев и И.Н. Милорадова считают, что молодежь надо учить, внимательнее оценивать точность, значимость и авторитетность полученных сведений, так как различные направления современной музыки серьезно влияют на развитие музыкального вкуса молодежи. В качестве важнейшего фактора формирования музыкальной культуры подростков рассматривается музыка массовых жанров. Под музыкой массовых жанров Ю.Л. Воробьев и И.Н. Милорадова понимают музыку, которая пользуется широкой популярностью, характеризуется

---

<sup>35</sup>Щенина О. Г. Молодежная политика в современной России // Сайт Института развития гражданского общества и местного самоуправления, 2005. URL: <http://www.c-society.ru/main.php?ID=230770&ar2=30&ar3=14> (дата обращения: 2.11.2012).

<sup>36</sup>Там же.

<sup>37</sup>Воробьев Ю.Л., Милорадова И.Н. Особенности формирования личности посредством современной музыкальной культуры/ Ученые записки РГСУ, 2011. № 6. С. 156-162.

относительной легкостью восприятия, доступностью и доходчивостью (эстрада, танцевальные разновидности поп-музыки, традиционная рок-музыка, авторская песня).

В современном мире, благодаря развитию музыкальной индустрии, интерес молодежи в области музыки формируются, под воздействием средств массовой коммуникации и общения со сверстниками.

«Мы считаем что, мода и престиж являются фактором влияния молодежной музыкальной культуры на процесс культурного производства. Молодые люди, по нашему мнению, мало тратят времени на обдумывание найденных в интернете данных, лучше делать как все, с оглядкой на современных кумиров и звезд»<sup>38</sup>

Мы полагаем, что это приводит к потреблению музыкального продукта сомнительного эстетического качества, рассчитанного на невзыскательный вкус в силу легкости восприятия (незамысловатая мелодия, танцевальный ритм, простота языка, близость тематики содержания текстов).

В изучении проблемы формирования музыкального вкуса личности существенный вклад внес социолог Г.П. Турук. Он рассматривал понятие «вкус» как «сформированные музыкально-эстетические представления»<sup>39</sup>. Исследователь справедливо настаивает на том, что «воспитание у ребенка осознанного, эмоционального восприятия произведений искусства складывается только на основе полученных знаний и навыков»<sup>40</sup>. Физиолог М.П. Блинова при исследовании категории музыкальный вкус выделяет «физиологические основы процесса музыкально-эмоциональных представлений, чувств и личностных отношений»<sup>41</sup>. Вместе с тем, автор не учитывает того, что на формирование вкуса большое значение оказывают социальные факторы и социальные сети.

---

<sup>38</sup>Воробьев Ю.Л., Милорадова И.Н. Особенности формирования личности посредством современной музыкальной культуры/ Ученые записки РГСУ, 2011. № 6.С.156.

<sup>39</sup>Турук Г.П. Распознавание художественных вкусов. М., 1999.С.164.

<sup>40</sup>Там же. С.164.

<sup>41</sup> Блинова М.П. Музыкальное творчество и закономерности высшей нервной деятельности. Л., 1974.С.142.

Процесс формирования музыкального вкуса личности Н.Л. Гродзенская напрямую связывает с «развитым кругозором личности, глубоким пониманием содержания музыкальных произведений»<sup>42</sup>. Важным дополнением к осознанию процесса формирования вкуса является утверждение А.А.Оганова о том, что способность музыкального вкуса, опирающаяся на его подлинно ценностно-эстетическое, эмоциональное начало и способность к рациональной оценке художественного образа, обладает одновременно константностью и в то же время перманентной изменчивостью<sup>43</sup>. Следовательно, он акцентирует внимание на динамичном и подвижном характере музыкального вкуса. Получается, что под музыкальным вкусом следует понимать музыкальные предпочтения на основе избирательного отношения к произведениям музыки. В свою очередь, музыкальные предпочтения – это выбор того или иного музыкального произведения при прослушивании. О предпочтениях личности, как утверждает А.А. Оганов, имеет смысл говорить только в том случае, когда ей предоставляются альтернативы выбора предмета потребления или будущего действия.

Анализируя понятие музыкальный вкус, А.Л. Руфраев и Е.К. Одегова выделяют его просветительскую, прогностическую функцию, доказывая, что это не застывшее понятие, а действенное, изменяющееся в своем развитии. Уровень развития музыкального вкуса, неразрывно связанный с музыкальной культурой личности, постоянно ею совершенствуется. Благодаря этим усилиям человеку открывается мир звуковых представлений и впечатлений, дающий чувство свободы, познания красоты и самодостаточности<sup>44</sup>. Также А.Л. Руфраев и Е.К. Одегова пишут, что развитие музыкального вкуса связано с двумя основными моментами:

1) Необходимостью организации всех условий для восприятия музыки, таких как: музыкальное переживание, т.е. способность цеплять и

---

<sup>42</sup>Гродзенская Л.Н. Методические занятия к урокам музыки. М., 1971.С.112.

<sup>43</sup>Оганов А.А. Теория культуры. М., 2001. 44с.

<sup>44</sup>Руфраев А.Л., Одегова Е.К. Музыка конца 20 – начала 21 века. СПб., 2011. С.76.

сопереживать настроение и чувства, выраженные исполнителем в музыке, с оценкой, и осмыслением, как характера переживания, так и выразительных средств, требуемых для реализации художественного образа.

2) Развитием потребности эстетического мнения, без которого нельзя представить себе слушателя, имеющего свои требования к музыке, свои вкусы. Успешное формирование мнения эстетического связано с навыками вокальными, где текст помогает раскрывать содержание музыкального произведения.

Как утверждают Ю.Л. Воробьев и И.Н. Милорадова: «Культурная социализация молодежи осуществляется, как правило, вне учреждений культуры и относительно заметно обусловлена воздействием лишь телевидения и Интернета – наиболее влиятельного институционального источника социализирующего воздействия. Процессы коммуникации стали формой выражения культуры, но потоки информации и множественность контактов деформируют развитие молодого человека как личности...»<sup>45</sup>. Г.М. Таниева в работе «Музыкальные аспекты социальной идентификации в молодежной среде» утверждает, что в XXI веке усиливается негативная тенденция в музыке, вызванная коммерциализацией молодежной культурно-досуговой сферы.

А.И. Громаков в статье «Музыкальная социализация молодежи: к определению понятия»<sup>46</sup> характеризует роль музыки в процессе социализации молодежи: «Социализацию средствами музыки в молодежной среде в узком смысле слова можно определить как процесс интеграции индивидов в музыкальное поле социального пространства. Результатом такой социализации является: формирование определенной системы эстетических ценностей, музыкального вкуса, музыкальная инкультурация молодых людей. Появление многочисленных субкультур неразрывно связаны с

---

<sup>45</sup>Воробьев, Ю. Л., Милорадова И.Н. Особенности формирования личности посредством современной музыкальной культуры / Ученые записки РГСУ, 2011. № 6.С.156-162.

<sup>46</sup>Громаков А.И. Музыкальная социализация молодежи: к определению понятия // Теория и практика общественного развития.2013. №11. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/muzykalnaya-sotsializatsiya-molodezhi-k-opredeleniyu-ponyatiya> (дата обращения: 12.07.2015).

трансформацией новых музыкальных течений, которые в современном обществе не являются под запретом. Таким образом, в последнее время музыка является доступным механизмом влияния на индивида, посредством интернета, радио, телевидения и иных каналов связи»<sup>47</sup>.

Безусловно, огромное влияние на формирование музыкального вкуса населения, и тем более подрастающего поколения оказывают средства массовой информации. М. Ю. Долгушина подчеркивает, что они, представленные наиболее полно в музыкальной массовой культуре, ориентированы преимущественно на удовлетворение развлекательных потребностей. Культуролог считает, что «уровень этих произведений таков, что исследователи по структуре, художественной и содержательной ценности считают ее эквивалентной продукции «субкультуры детства». При этом она оптимизирована под вкусы и интересы взрослого или подросткового потребителя, где используются технические приемы и исполнительское мастерство «высокого искусства». Но при этом, они ориентированы на передачу упрощенного, смыслового и художественного содержания, адаптированного к невзыскательным интеллектуальным и эстетическим запросам массового потребителя. Для широкого распространения используются технические средства тиражирования продукции, ее «доставки на дом» посредством технических средств, в том числе интернет систем. Этим достигается эффект психологической релаксации человека, перегруженного нервными стрессами и утомлённого ритмикой социальных процессов»<sup>48</sup>.

Долгушина М.Ю. полагает, что любая музыка, даже самая примитивная, требует от человека минимального участия. Музыка должна влечь за собой образы и ассоциативность мышления, для каждого индивидуальные. «Например, видео музыка попадает человеку уже в готовом

---

<sup>47</sup>Громаков А.И. Музыкальная социализация молодежи: к определению понятия // Теория и практика общественного развития. 2013. №11.URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/muzykalnaya-sotsializatsiya-molodezhi-k-opredeleniyu-ponyatiya> (дата обращения: 12.07.2015).

<sup>48</sup>Долгушина М.Ю. Музыкальная культура в СМИ //Аналитика культурологии . 2005, №13. URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/muzykalnaya-kultura-v-smi> ( дата обращения: 06.03.2015).

продукте, не требуя ничего, кроме потребления ее во всё больших объемах. Часть известных искусствоведов считают, что современные музыкальные каналы, оказывают негативное влияние на молодежь и винят его в снижении уровня рационального мышления. Эти музыкальные каналы ускоряют процесс, при котором люди становятся, более склонны мыслить образно, не логически»<sup>49</sup>.

Упомянув негативное воздействие современной «видео музыки» на молодежь, мы считаем, нужным разобраться и с тем как обстоят дела в интернет - пространстве. Ведь развитие всемирной сети означает появление новой коммуникативной площадки для общения. Как пишет М.Найдорф «музыкальная составляющая этой сферы информационного производства подчинена ее общим требованиям, главное из которых – предельная доступность ее продуктов, в смысле общепонятности (легче всего она достигается банальностью содержания) и в смысле общераспространенности, многотиражности»<sup>50</sup>.

К сожалению, разрушительное воздействие, как на традиционные формы музыкальной жизни, так и на состояние нравственности и духовного мира человека в целом оказывает не только распространение информационно-телекоммуникационных технологий, сметающих национальные границы, но и отсутствие серьёзного, вдумчивого управления художественной культурой и массовыми развлечениями. Снижение критериев в оценках выпускаемой в свет «музыкальной продукции» такой как эстрадные шоу, производство и реализация компакт дисков с циничными текстами и др. обуславливают снижение общего уровня культуры.

Как пишет социолог А. И. Громаков в своей работе «Музыкальная социализация молодежи»: «Музыкальная культура и ее социальные механизмы способствуют социальной идентификации молодых людей с ценностями конкретной музыкальной группы, которые реализуются

---

<sup>49</sup>Долгушина М.Ю. Музыкальная культура в СМИ // Аналитика культурологии. 2005. № 15. – URL:<http://cyberleninka.ru/article/n/muzykalnaya-kultura-v-smi> (дата обращения: 06.03.2015).

<sup>50</sup>Найдорф М. Очерк современной массовой культуры.О.,2013. С.267.

посредством функций социокультурной преемственности и индивидуализации. Посредством действия многих социализирующих структур более широко осуществляется познавательная функция музыки. В качестве побудительных мотивов любой деятельности человека, в том числе и художественной, выступают потребности и интересы»<sup>51</sup>.

А.И Громаков считает, что музыка способна отражать определенные характерные черты, присущие индивиду или обществу в целом. На примере легкой музыки (или поп-музыки) на первое место выступает ее танцевальный ритм, упрощенная идеологическая составляющая, что характеризует ее повседневность массовое распространение. Более тяжелая музыка, как правило, конкретизирована в своей музыкальной идеологической основе и направлена на более узкие слои общества. Однако ее социальные функции более устойчивы и способны обеспечивать тесную связь между акторами данного музыкального жанра<sup>52</sup>. Поэтому изучение музыкальных потребностей и интересов личности изначально необходимо для понимания характера складывающихся нормативов в молодежном сознании. Эти установки в дальнейшем будут определять групповую социальную дистанцию, и влиять на выбор культурного поведения: комфортного или дивиантного.

Таким образом, музыкальная культура молодежи в XXI в. активно развивается под влиянием непрофессиональной среды, музыкантов и критиков. У большинства авторов и исполнителей отсутствует музыкальное образование. У молодежной аудитории и субъектов, продвигающих музыкальные композиции с помощью ресурсов социальных сетей, – тоже. Всем участникам музыкальной коммуникации требуется специальная подготовка, чтобы научиться критически подходить к выбору музыкальных

---

<sup>51</sup>Громаков А.И. Музыкальная социализация молодежи: к определению понятия // Теория и практика общественного развития, 2013. №11. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/muzykalnaya-sotsializatsiya-molodezhi-k-opredeleniyu-ponyatiya>(дата обращения: 12.07.2015).

<sup>52</sup>Громаков А.И. Музыкальная социализация молодежи: к определению понятия // Теория и практика общественного развития, 2013. №11. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/muzykalnaya-sotsializatsiya-molodezhi-k-opredeleniyu-ponyatiya>(дата обращения: 12.07.2015).

произведений и не только чувственно, но осмысленно формировать свой музыкальный вкус.

Результаты наблюдения за реакцией молодежи на современные музыкальные композиции позволяют говорить о влиянии мнения большинства на выбор и оценки слушателей, что, в свою очередь, является доказательством низкого уровня музыкальной культуры современной молодежи. В условиях мощного давления «большинства», СМИ, и новых медиа на музыкальный выбор молодежи, а также при доступности разнообразного музыкального контента, серьезной проблемой для молодежи становится осмысленный выбор музыкальных произведений для прослушивания.

С одной стороны, объективное наличие у молодежной аудитории потребности в прослушивании музыкальных произведений, с другой – существование препятствий для осмысленного ее удовлетворения, делает актуальным проект авторской рубрики о современной музыке, стратегической целью которой является информирование о полезных для эстетического развития личности произведениях современной музыки, а также формирование основ музыкальной культуры, которые могут обеспечить глубокое чувственное и, одновременно, осмысленное отношение к музыкальным произведениям.

Таким образом, мы понимаем, что массовая музыкальная культура, которая не является эталоном качества, оказывает огромное влияние на молодежь. Ориентация только на популярный музыкальный продукт, предложенный «большинством» СМИ, не решит задачу формирования музыкальной культуры молодого человека. Необходимо построить площадку взаимопонимания с молодежью через принятие той музыки, которая окружает их и которую они не замечают под давлением «большинства» СМИ, подвести их к пониманию того, что есть качественный музыкальный продукт и какой должен быть его эталон.

### 1.3 Технология апгрейда авторской рубрики

Разработка проекта рубрики для конкретного СМИ представляет собой процесс, состоящий из ряда взаимозависимых и взаимовлияющих этапов и операций. Предварительный этап предполагает анализ функционирования рубрики, анализ конкурентов, выявление задач учредителей, определение потенциальной аудитории, ее потребностей, а также разработку на их основе концепции рубрики.

Понятие концепция употребляется для обозначения ведущего замысла, конструктивного принципа в научной, художественной, технической, политехнической и других видах деятельности человека.

Концепция – это модель, замысел, необходимый для подготовки СМИ к выходу, он определяет состав, содержание и оформление номера, процесс его подготовки и состав исполнителей. И.М. Дзялошинский выделяет три модели построения концепции издания: содержательную, оформительскую и организационную. Профессор МГУ Е.П. Прохоров, указывает на то, что «концепция издания находится в прямой зависимости от внутреннего содержания издания, а также творческих форм выражения типологических характеристик, на которые влияют интересы, как учредителя, так и аудитории»<sup>53</sup>.

Важным вопросом разработки проекта рубрики является определение его жанровой природы. А, так как до апгрейда, рубрика была в жанре колонка-рецензия, необходимо обратиться к жанровой природе колонки. Исследователь колумнистики Ярцева С.С. пишет об употреблении термина в трех значениях: «Термин «колонка» сегодня используется в журналистской практике в трех значениях: во-первых, как особым образом оформленный столбец на газетной полосе, являющийся существенным приемом выделения материала при решении конкретных тактических задач – подборка информационных материалов, статистические сведения, цитаты, опросы и

---

<sup>53</sup>Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учебник. М., 2011. С.351.

т.п. Второе значение термина «колонка» – авторская рубрика. В данном случае колонка выполняет уже стратегические задачи – она вводит на газетную полосу имя – имя автора, привлекающего внимание аудитории. Важнейшая задача колонки такого рода – закрепить интерес определенного сегмента аудитории за автором как носителем определенной информации. Третье значение термина «колонка» – особый жанр, формирующийся сегодня на наших глазах и актуализирующий личные переживания автора по конкретному поводу в виде демонстрации точки зрения субъекта высказывания»<sup>54</sup>.

В нашем случае, рубрика будет заполняться материалами в жанре колонки. Упомянув жанр, стоит отметить, что хотя текстам колонки присущи совершенно отчетливые отличительные признаки, сама специфика этого жанра с сильным авторским началом, вниманием к форме и стремлением к самовыражению, не позволяет ограничивать его жесткими рамками, поэтому для жанра колонки, будет характерна некоторая размытость жанровых границ<sup>55</sup>. Также мы учитываем специфические черты, которые появляются у колонки, закрепленные за конкретным автором. Исследователь колумнистики Ярцева С.С. так же пишет, что «Колумнистика многое позаимствовала от традиционных жанров публицистики, прежде всего – интерес к авторитетному слову субъекта речи. Сама по себе идея авторской рубрики, предполагающая сильно выраженное авторское начало и достаточную степень свободы публициста, оказывает сильное влияние на интонацию диалога с аудиторией и конструкцию текста. Колумнистолен выбирать удобную ему форму самовыражения, и зачастую эта форма обретает плоть в результате процесса жанровой диффузии»<sup>56</sup>.

---

<sup>54</sup>Ярцева С.С. Жанровые признаки колонки. 2011, №1. URL: <http://columnizm.livejournal.com/6210.html> (дата обращения: 25.03.2015).

<sup>55</sup>Там же.

<sup>56</sup>Ярцева С.С. Колумнистика: история возникновения и перспективы развития: автореф. дисс., канд. фил. наук. Воронеж, 2011. URL: <http://cheloveknauka.com/kolumnistika-istoriya-vozniknoveniya-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 8.04.2015).

Важно упомянуть, что авторская колонка должна быть ориентирована на аудиторию молодежной газеты, причем нужно учесть, что большинство молодых читателей являются студентами вузов, абитуриенты и даже школьники. В статье «Молодежный сленг: опыт социологического анализа» социологи Байков Н.М и Лаухина И.В утверждают, что «молодежный сленг в студенческой среде широко распространен, поскольку позволяет установить неформальный контакт между собеседниками, маркирует принадлежность к определенному социальному статусу, дает возможность для выражения интересов, идеалов, потребностей и т. д.; также социологи говорят, что исследуемый жаргон функционирует в молодежной среде при общении студентов на приоритетные темы и отличается высокой степенью экспрессивности и оценочности»<sup>57</sup>. Также, социологи выяснили, что молодые люди от 14 до 26 лет являются наиболее активной возрастной группой пользователей сленга. У газеты «Спичка» аудитория 12+, следовательно, опираясь на исследования ученых, мы можем использовать сленговые выражения в рубрике «Белый шум» в небольших количествах, для поддержания контакта с читателями.

По мнению социологов Байкова Н.М и Лаухиной И.В, «сленг, используемый в особых формах речевого общения, характерных для молодежи, приобретает актуальность в силу разных причин. Помимо свойственного для молодежи стремления к оригинальности речевого выражения, стремления выделиться, сленг может выступать в качестве знака протестной реакции на общественные противоречия и жизненные невзгоды, и даже знака потенциальной агрессивности, готовности к открытому столкновению. Соперничество между представителями разных социальных групп сопровождается конкуренцией языковых форм и стилей общения. Поэтому групповое и межгрупповое общение представителей разных

---

<sup>57</sup>Байков Н.М., Лаухина И.В. Молодежный сленг: опыт социологического анализа // Научный ежегодник. 2008. № 6. С. 165–183.

социальных групп является средой, в которой рождается новый стиль жизни и новый язык»<sup>58</sup>.

Это подтверждает на практике и газета «Спичка». Когда мы говорим о сленге, разумеется, речь не идет о грубом жаргоне, а о специфических молодежных словах и фразах, которые помогают налаживать контакт с аудиторией.

При разработке концепции мы исходили из того, что авторская рубрика о музыке, несмотря на специфический предмет, должна обеспечивать реализацию почти всех функций журналистики: оценочной, непосредственно-организаторской, культурно-образовательной, рекламно-справочной и рекреативной.

Оценочная – возможность автора высказать свое мнение о музыкальных альбомах и сделать прогноз относительно того, насколько интересным может быть этот продукт для читателей.

Реализация непосредственно-организаторской функции способствует позитивным переменам в поведении молодежи, вовлекая ее в культурно-информационное пространство.

Культурно-образовательная функция заключается в том, чтобы, будучи основой общественной культуры, участвовать в распространении в обществе высоких культурных ценностей, в частности, среди молодежной аудитории.

Рекламно-справочная функция связана с удовлетворением утилитарных запросов к миру увлечений молодежной читательской аудитории. Ее реализация расширяет возможности аудитории в выборе способа досуга.

Рекреативная функция состоит в создании условий для отдыха, интересного проведения досуга, приятного заполнения свободного времени. Но рекреативная функция должна не только развлекать аудиторию, она также способствует развитию интеллекта и мыслительной деятельности. Наконец, рекреативная функция позволяет нам помочь читателям снять

---

<sup>58</sup>Байков Н.М., Лаухина И.В. Молодежный сленг: опыт социологического анализа // Научный ежегодник. 2008. № 6. С. 165–183.

напряжение, восстановить силы после учебы или работы, полноценно отдохнуть.

Таким образом, систематизация представлений ученых из разных сфер позволяет выработать полезные для разработки концепции представления о роли СМИ в формировании музыкальной культуры молодежи.

## **Глава 2. Авторская рубрика «Белый шум» в молодежном издании: концепция и ее реализация**

### **2.1 Концепция авторской колонки о музыке**

Концепция любой авторской рубрики всегда основывается на знании специфики информационной политики издания, для которого она предназначена. Заказчиком авторской рубрики о музыке является редакция молодежной газеты «Спичка». Основываясь на типологическом методе, разработанным профессором А. И. Акоповым для разработки проекта авторской рубрики проведем типологическую характеристику издания.

Учредителем молодежной газеты «Спичка» является Тольяттинский государственный университет. Газета зарегистрирована управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Самарской области регистрационный номер ПИ №ТУ-63-00441 от 24.04.2012 г.

Читательская аудитория молодежной газеты «Спичка» - это молодежь от 12 до 25 лет, преимущественно старшие школьники, студенты разных специальностей. «Спичка» распространяется в общеобразовательных учебных заведениях, что объясняет включение в число старших школьников 12-17 лет.

Цель молодежной газеты «Спичка» – создание позитивного имиджа Тольяттинского государственного университета, привлечение абитуриентов.

На каждой из полос молодежной газеты «Спичка» размещается информация определенного типа. На первой полосе размещается главное фото, колонка редактора и анонсы главных материалов; 2-я и 3-я – новостные материалы, преимущественно репортажи и отчёты; 4-я и 5-я – один или несколько материалов определённой направленности («Тема номера»); 6-я – спецпроекты, авторские рубрики; 7-я – рубрика «Гостиная», площадка для

публикации материалов школьников; 8-я – репортажи, отчёты с городских мероприятий или ключевых мероприятий Тольяттинского государственного университета.

Печать чёрно-белая. Выходные данные размещаются в подвале 8-й полосы. Заголовки оформляются прописными буквами. Каждый материал подкреплён изображением (1-3). В конце текстов – подпись автора. Лиды материалов выделяются полужирным шрифтом. Реклама размещается в подвале 2-, 3- и 8-й полос. Предпечатная подготовка, тиражирование, распространение осуществляется ООО «Арт-Принт».

В молодёжной газете «Спичка» нет штатных сотрудников, непосредственным сотрудником издания является только редактор (Олеся Круглова). Что касается журналистов, то над номером работают в основном студенты ТГУ, преимущественно студенты – журналисты, а также школьники, ориентированные на журналистскую деятельность.

Газета использует большое количество иллюстраций различных размеров, форматов и материалов, заключённых в различные рамки. Особенно выделяется в оформлении использование нестандартного шрифта, что, безусловно, является специфичным для данного типа издания.

Издание выходит в объёме 8 полос и периодичностью 2 раза в месяц. Тираж газеты 4000 экземпляров. Распространение бесплатное на территории школ и вузов Тольятти. Ко всему вышеописанному стоит добавить, что вместе с бумажной версией существует электронный вариант в PDF формате, который можно найти на сайте ТГУ – [www.tltsu.ru](http://www.tltsu.ru) и в группе в контакте <https://vk.com/gz.speechka>.

Актуальность авторской рубрики заключается в выполнении задания редакции газеты «Спичка», а так же, как мы выявили из первой главы, то, что массовая музыкальная культура, которая не является эталоном качества, оказывает огромное влияние на молодежь. Ориентация только на популярный музыкальный продукт, предлагаемый «большинством» СМИ, не решает задачу формирования музыкальной культуры молодого человека.

Читательская аудитория рубрики «Белый шум» - это молодёжь, слушающая российских и зарубежных исполнителей, интересующаяся музыкой направления рок, интересующаяся новинками в этой сфере, нуждающаяся в оценках музыкальных произведений, чтобы сформировать свой выбор. Соответствующая типологии молодежной газеты «Спичка» 12+ .

Предметом авторской рубрики о музыке был обозначен авторский взгляд на музыкального исполнителя или группу, как на музыку определенного настроения.

Целевая установка, реализуемая в рубрике – обеспечение молодежной аудитории, интересующейся современной музыкой, слушающей ее на мобильных устройствах, информацией об исполнителях, производящих качественный контент, формирование умения осмысленного выбора музыки (аналогичной настроению) для удовлетворения эстетической потребности, помощь в освоении музыкальной терминологии, формирование музыкальной культуры.

Рубрика «Белый шум» названа не просто так. «Белый шум»- это телевизионные помехи, сквозь которые зритель ищет работающий канал. Ассоциативно возникающий смысл рубрики в том, чтобы в музыкальном информационном поле бесконечных альбомах, выходящих каждый день, новых исполнителях, композициях, найти, уловить те музыкальные феномены, которые нужно слушать для определенного настроения.

Задачи, поставленные, редактором газеты перед автором– сообщить о музыкальных группах и исполнителях, обеспечить аудиторию новой оперативной информацией об изменениях в сфере массовой музыкальной культуры (новые альбомы, исполнители, композиции). Регулярно предлагать аудитории оценочную информацию о музыкальных явлениях для стимулирования процесса выработки собственных оценочных суждения. Формировать у аудитории потребность осмысленного подхода к выбору музыки для прослушивания.

Теоретики жанров журналистики (Л.Е. Кройчик, А.А. Тертычный, Г.В. Лазутина и др.) отмечают существование в современном медиа пространстве таких процессов как трансформация и смешение жанров.

Процесс смешения жанров протекает как совмещение целевых установок двух и более жанров в пределах одного текста. Это обусловлено социально – историческими изменениями и трансформирующимися информационными потребностями аудитории. Таким образом, при современном многообразии стилей и форм освещения тематики музыки, возникают гибриды, объединяющие черты различных жанров.

Адекватной формой применения творческих задач, поставленных редакцией, может являться реплика – рецензия. В этом смешанном жанре воплощается информация об актуальном поводе, спонтанные (а значит искренние) эмоциональные оценочные суждения автора, интересные образы и ассоциации, побуждающие аудиторию к со-размышлению.

Авторская позиция в колонке может быть обозначена как «друг-эксперт». Данная позиция может быть реализована через авторскую стратегию, суть которой в том, что автор воспринимает музыкальное произведение с точки зрения профессионального слушателя, но из всех реакций на него выбирает преимущественно чувственные ощущения и описывает их простым понятным языком. Он впускает в свою душу исполнителей и честно описывает их влияние. Такая позиция направлена на то, чтобы заинтересовать аудиторию, заставить ее рефлексировать, обдумывать свою реакцию, свое настроение. Автор ведет диалог с аудиторией на уровне переживаний и настроений.

Методы сбора информации – прослушивание, вчувствование.

Методы предъявления информации – констатация, оценка. Объяснение музыкальной терминологии с помощью линии словарной статьи, которая дается под каждым написанным материалом.

Особенность стилистики авторских материалов колонки о музыки в том, что они сочетают – молодежный сленг, а также элементы разговорного,

публицистического и научного стилей. Элементы публицистического стиля обеспечивают реализацию и функции воздействия. Благодаря сочетанию экспрессии и речевых стандартов. Благодаря таким стилевым чертам как неофициальность, непринужденность и экспрессивность речевого общения разговорный стиль способствует реализации функции общения. Молодежный сленг позволяет установить неформальный контакт между автором и читателем, акцентирует принадлежность конкретной социальной группе и дает возможность для самовыражения. Элементы его добавляют в текст понятийную точность.

Для того чтобы выявить уникальность своего творческого предложения мы изучим существующие на данный момент музыкальные издания ориентированные на молодежь, их специфику, достоинства и недостатки. Так как в Тольятти такие издания (в том числе сетевые) отсутствуют, мы провели анализ музыкальных изданий (и их сетевых версий) России.

СМИ	Общая характеристика	Преимущества	Недостатки
RollingStone	Русская версия американского журнала, посвящённого музыке и поп-культуре.	1. Компетентный авторский состав. 2. Доверие аудитории. 3. Интернет-версия журнала.	Освещение только зарубежных новостей.
Fuzz	Русский ежемесячный журнал о музыке. Тематикой журнала является как русский рок, так и	Электронное издание.	1. Редкое обновление сайта. 2. Колонки и блоги отсутствуют, есть только анонсы новых альбомов и выступлений артистов.
Thank you.ru	Информационное сетевое средство массовой информации. Актуальная	Электронное издание, распространяющее креативный контент по схеме	1. Последний раз информация обновлялась в 2014 году. 2. Нет колонок и

	информация-анонсы предстоящих концертов, фестивалей, книжных ярмарок и т.д.	«плати, сколько считаешь нужным».	колумнистов.
Col'ta	Независимое, электронное, свободное СМИ о культуре и обществе.	Пишут колонки-рецензии, как о знаменитых, так и начинающих артистов.	Стандартизированная колонка-рецензия

На основе сделанного анализа конкурентов, мы видим картину оптимальной информационной ниши для рубрики. Из пяти больших изданий освещающих музыкальную тематику, только два издания, а именно сетевых, являются конкурентоспособными – это RollingStone, Col'ta. Заняв нишу, мы будем предлагать два раза в месяц оперативную оценку музыкальных явлений, отличающуюся от типизированных колонок-рецензий.

Итак, концепция авторской рубрики о музыке учитывает потребности молодежной читательской аудитории, что выражается в ее предмете, целевой установке, миссии, функциях, жанре и авторской позиции.

## **2.2 Самоанализ авторских материалов о современной музыке, опубликованных в рубрике «Белый шум»**

В течение двух лет (с декабря 2014 г. по май 2016 г.) в авторской рубрике «Белый шум» молодежной газеты «Спичка» был опубликован 21 материал. После апгрейда рубрики, проведенного по заданию редактора и в рамках выпускной квалификационной работы, вышло 13 материалов (Приложение 1).

Объектом внимания автора рубрики в соответствии с концепцией становились музыкальные явления (альбомы, синглы, мини-альбомы), заслуживающие с точки зрения автора прослушивания в определенной жизненной ситуации или в определенном настроении. Дополнительные

критерии отбора: текст, несущий интересный и глубокий смысл, музыка – объем звучания, техника исполнения.

Предметом отражения – авторская оценка, призванная сориентировать читателя в осмысленном выборе музыки для прослушивания. Под «осмысленным» понимается выбор музыки, адекватной настроению и мироощущению в определенный период времени. Например

Творческая индивидуальность проявляется в публицистической открытости автора, который смело, делится с читателями рассуждениями и чувствами без всякой сложной опосредованности. Автор, как лирический герой, выражает свое чувственное отношение к музыкальному произведению, соотнося его с повседневными буднями: *«Сидишь такой смотришь телевизор и появляется надоедливая реклама, всякие шампуни, дезодоранты, молоко как у бабушки в деревне, и самое, наверное, из всего этого терпимое, по мне – это реклама газировки. Ну, знаете, спрайт, фанты, кока-кола. Музыка там классная, драйвовая такая, бодрящая. Вот, что никогда не надоедает», «Ходишь ты такой по пляжу Карибского моря, ощущаешь песок под ногами, аромат водорослей в носу, солнце обжигает твою еще бледную кожу, и чувствуешь, что свободен ты и жизнь лишь началась. А потом звенит будильник, за окном февраль и тебе скользить по льду на учебу. Так себе перспективка»: демонстрируя особенности своего эстетического восприятия действительности: «Звук идет с обилием эха, длинными гудящими риффами, волнами искажения, что создает так называемую стену звука, в которой утопает вокал и мелодия. Именно этот поток окутает вас словно теплый плед, в холодные осенние деньки»; « В песнях – взгляд изнутри вовне: на упущенные возможности, на боязнь серьезных решений и пустые сожаления».*

Заголовки имеют развлекательный или провокационный характер, направленный на привлечение внимания читательской аудитории. В заголовки часто выносятся краткая оценка автора конкретного музыкального явления.

Роль иллюстративного материала заключается в визуальном представлении музыкального явления читателям. Для создания полного портрета музыкального исполнителя.

Для стиля авторских публикаций характерны: экспрессия, образность, ирония, сарказм, риторические вопросы, комментарии, эмоционально-оценочная лексика. Например: *«Вокалистка словно пытается изгнать из себя демонов – орёт, плачет и голосит. И всё это рандомно, нет никакого плана, только эмоции»*, *«Музыка этих парней представляет собой поток эмоций, которые сопровождают молодых людей, возмущённых свободой, но незнающих, что с ней делать. Нервы в композициях накаляются до предела, страсти кипят, пока не выплескиваются наружу, оставляя человека опустошённым»*. В авторских материалах колонки о музыке также используются следующие изобразительно-выразительные средства: антитеза, гипербола, инверсия, ирония, перифраз, риторическое обращение: *«Вот ты! Ты! С кучей своих подростковых, надуманных проблем хочешь закрыть глаза и мысленно уехать, следуя тексту песни»*, сравнение: *«Словно сам дьявол наклонился к этим трем и ласково промолвил: «Ребятишки, у меня есть к вам предложение, от которого отказываться нельзя. Вам придется много трудиться, но я смягчу страдания и сделаю так, что окружающие назовут это даром...»*, эпитеты и метафоры: *«PaleCrow – это эдакий автобус, мчащийся на огромной скорости вдоль пляжа в тридцатиградусную жару, автобус, несущийся по зимней лесной дороге, сносящий деревья и дрефтующий на поворотах, автобус, который отвезет вас в прекрасную страну рок-н-ролла!»*. В своих материалах, мы позволяем себе использовать такие сленговые выражения как: «драйвовый», «классный», «смешнявки», «соляк» и т.п. Но, сленг автор использует осторожно, дабы не спугнуть читателей.

Приведем полный пример самоанализа авторского материала. Для разбора были взяты материалы определенного меланхолического музыкального настроения.

*«Дрова для камина души»* - в заголовок выносится конкретное состояние настроения, для привлечения внимания аудитории, оценка автора.

*«Бродя по интернет пространству, в поисках групп/исполнителей, о которых стоит вам рассказать, совершенно случайно нахожу тольяттинскую группу, с забавным названием CatsNeverDie. И знаете, пробивает гордость, да, могут, могут и делают отличную музыку у нас в городе»* – в данном абзаце автор ведет диалог с аудиторией, для создания коммуникационной площадки.

*«CatsNeverDie выпускают уже третий по счету альбом, который собрал в себе все экспериментальные треки. Композиции, отличаются друг от друга своим настроением и подачей. Сразу возникает ощущение, что музыкант думает о своей аудитории и старается угодить каждому. По словам Дениса Губина (фронтмена группы) релиз должен был получиться более мрачным, но вышел такой, же разнообразный, как и раньше»* - в этом абзаце прослеживается одна из целевых установок текста, а именно информация об исполнителе, производящем, по мнению автора качественный контент.

*«Вы не услышите структурных песен, но музыки будет достаточно, чтобы передать ту атмосферу домашнего уюта, чашки чая и любимой книги в руках. Звук идет с обилием эха, длинными гудящими риффами, волнами искажения, что создает так называемую стену звука, в которой утопает вокал и мелодия. Именно этот поток окутает вас словно теплый плед, в холодные осенние деньки. Вокал Дениса отлично сливается со всем этим и идет не первым планом на фоне всей песни, а именно вместе с ней, как единое целое. Сочетание стилей однозначно интересное, тут вам и инди, и пост-рок и шугейз. Партии гитар и барабанов просты, но необыкновенно цепляющие»* - в данном абзаце описываются критерии звука и техничность игры, для подтверждения качества исполнения.

*«Такую музыку хочется загрузить в свой плеер для повседневного прослушивания в толкучках в общественном транспорте. Она не*

*раздражает, не требует вслушивания в каждый аккорд и в каждое слово, просто саундтрек к твоим будням. Кажется, для такого - это самый подходящий вариант»* - здесь проявляется предмет отображения, а именно авторская оценка, призванная сориентировать читателя в выборе музыки для прослушивания.

*«Единственный минус, для меня, это англоязычность группы. Хочется, чтобы было побольше, таких вот исполнителей, но с избытком текстов на русском языке. Но тут уже от меня ничего не зависит. Альбом получился очень «западным». Можно сказать, что музыканты «прорубили окно в Америку»: у Дениса есть все шансы стать «своим» по ту сторону океана»* – в этом абзаце прослеживается творческая индивидуальность автора и его открытость.

*«Когда можно гордиться не только драниками»* - здесь заголовок несет развлекательный и провокационный характер.

*«Лукашенко, картошка и возможность носить в кармане миллион, все, что я могла сказать о Белоруссии. До этого момента. Господа! Оказывается музыка у них вкуснее драников»* - автор ведет диалог с аудиторией, для создания коммуникационной площадки.

*«KitchenStuffOnly - это смесь гранжовых подворотен бесприютной юности с моднейшими шумами перфораторов в новостройках. Вот ты, ты с кучей своих подростковых, надуманных проблем хочешь закрыть глаза и мысленно уехать, следуя тексту песни. Но с другой стороны, имеешь желание с кем-то поделиться своими намерениями и презрением к окружающим»* - в этом абзаце прослеживается целевая установка текста, а именно информация об исполнителе, производящем, по мнению автора качественный контент. А так же творческая индивидуальность автора. Он выражает свое чувственное отношение к музыкальному произведению, соотнося его с юношеским максимализмом.

*«KitchenStuffOnly звучат агрессивно и энергично. Надрывной, переходящий в крик вокал, объемные гранжевые ритмы и бьющие прямо в*

*сердце тексты»* - в данном абзаце описываются критерии звука и техничность игры, интересность и качественность текста, для подтверждения качественности исполнения. *«У них нет показушной фантастики. Только настоящее безыдейное, инертное, болезненное пространство. Удушливый реализм внеочередного потеряннго поколения. В песнях, взгляд изнутри вовне: на упущенные возможности, на боязнь серьезных решений и пустые сожаления. Музыканты как бы постепенно отпускают измотанного (в хорошем смысле) слушателя, оставляя его переваривать впечатления от прослушанного. KitchenStuffOnly - твой личный психолог, консультирующий тебя через наушники. Сначала вводит тебя в депрессию, а потом предлагает самому поискать выход и констатирует, что все это, ты переживешь»* - в этом абзаце прослеживается творческая индивидуальность автора и его открытость. Он выражает свое чувственное отношение к группе и дает оценку их продукту.

Для получения обратной реакции аудитории на апгрейд рубрики «Белый шум» нами был проведен опрос на платформе Google+ (Приложение 2).

Из исследования мнения читательской аудитории молодежной газеты «Спичка» (120 респондентов) мы выяснили, что 16 человек (13,3 % от количества опрошенных) никогда не читали рубрику «Белый шум».

Из читателей (105 человек) колонки 53.2 % составляют лица женского пола, 34.8 % - мужского (возраст от 17 до 28 лет и старше). 40,8 % постоянно читают рубрику «Белый шум», 45,8 % являются непостоянными читателями. 38,8 % читателей интересна колонка о музыке, 29,3 % не интересна, и 20,8 % не всегда интересно читать. На вопрос «Интересуют ли авторские комментарии и оценки?» 38,7% ответили, что интересуют в том случае, если автор оригинален в своих суждениях, 27% ответили, что интересны, 25.3% не интересны. К рекомендациям автора прислушивается 53,8 % читателей колонки, 24,2% не прислушиваются к совету и 10% прислушиваются в том случае, если автор их заинтересовал.

Результаты изучения мнения читательской аудитории доказывают, что авторская рубрика «Белый шум» в ее обновленном состоянии вызывает интерес у большинства читателей и оказывает на них влияние при выборе музыкальных произведений для прослушивания. Это позволяет говорить о том, что рубрика жизнеспособна. Но мы прекрасно понимаем, что информационные запросы аудитории требуют изучения. В связи с этим в перспективе планируется перенести авторскую рубрику в режим онлайн, публиковать материалы в социальных сетях, для возможности получения обратной связи с читателями (комментирование материалов, лайки, репосты), чтобы в дальнейшем лучше ориентироваться на их музыкальные предпочтения и пожелания.

## Заключение

Музыка является важной частью жизни молодых людей. Ее влияние проявляется в воспитании молодежи, в формировании интеллектуальных, волевых и нравственных качеств молодого человека. Музыка побуждает и стимулирует в личности творческие силы и способности, а также организует и сплачивает людей. В связи с доступностью в интернете музыки любых жанров актуальной проблемой становится выбор молодежью произведений для прослушивания. Огромное количество предложений мешает осмысленному удовлетворению эстетических потребностей. СМИ может участвовать в формировании музыкальной культуры молодежи при условии, что они не ориентированы на упрощение смыслового и художественного содержания, а, напротив, стремятся на достойном уровне удовлетворять интеллектуальные и эстетические запросы потребителя.

При разработке медиапроектов, ориентированных на формирование музыкальной культуры молодежи, необходимо ознакомиться с научными представлениями о феномене массовой музыкальной культуры, о роли музыкальной культуры в формировании личности молодого человека, а также систематизировать сведения из научной и учебно-методической литературы о теории и методике разработки концепции авторской рубрики, о факторах, влияющих на ее содержательно-формальные и жанрово-стилистические характеристики в молодежном издании, разработать и описать концепцию ориентированной на молодежную аудиторию авторской рубрики о современной музыке. Авторские материалы следует писать в строгом соответствии с концепцией рубрики, в этом случае ее тематическое поле вполне может стать площадкой для организации дискуссий, основой которой будет осмысленное принятие музыки, стремление оценить ее с точки зрения определенного критерия. Содержание рубрики о музыке может

обеспечить расширение кругозора читателей, а также уменьшить давление на сознание молодежи «модных» и «раскрученных» (популярных) явлений.

Содержание данной работы может быть полезно для журналистов, планирующих вести авторскую рубрику о современной массовой музыке в молодежном СМИ. На наш взгляд, рубрика вполне жизнеспособна и на данном этапе позволяет эффективно решать творческие задачи, поставленные редакцией.

## Список использованной литературы

### Нормативно-правовая база

1. Закон РФ от 27.12. 1991 г. № 2124-1 О средствах массовой информации: официальный текст [Электронный ресурс] // Консультант-плюс, 1991. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/popular/smi/42\\_1.html](http://www.consultant.ru/popular/smi/42_1.html)
2. Письмо Минобрнауки РФ от 30.05.2006 N AC-588/06 О методических рекомендациях по организации работы органов местного самоуправления в решении вопросов организации и осуществления мероприятий по работе с детьми и молодежью [Электронный ресурс] // Консультант-плюс, 2006. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=372431;dst=100027>

### Научная, учебная и специальная литература

3. Безрукова, О. И. Социология молодежи [Текст] / О. И. Безрукова. – Санкт-Петербург : издательство Санкт-Петербургского университета, 2004. – 35 с.
4. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество [Текст] / Д. Белл. – Москва : BasicBooks13. – 944 с.
5. Бельтюков, А. О. Специфика и основания массовой музыкальной культуры XX в. [Текст] / А. О. Бельтюков // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 12. – С. 400-412.
6. Березин, В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия [Текст] / В. М. Березин. – Москва : РИП-холдинг, 2002. – 174 с.
7. Блинова, М. П. Музыкальное творчество и закономерности высшей нервной деятельности [Текст] / М.П. Блинова. – Ленинград : Музыка, 1974. – 142 с.
8. Байков Н. М. Молодежный сленг: опыт социологического анализа [Текст] / Н. М. Байков, И. В. Лаухина // Научный ежегодник. – 2008. – № 6. – С. 165-183.

9. Воробьев, Ю. Л. Влияние музыки на формирование личности в эпоху интернет [Текст] / Ю. Л. Воробьев, И. Н. Милорадова // Известия Тульского государственного университета. – 2011. – №1. – С. 257-264.
10. Воробьев, Ю. Л. Особенности формирования личности посредством современной музыкальной культуры [Текст] / Ю. Л. Воробьев, И. Н. Милорадова // Ученые записки РГСУ. – 2011. – №6. – С. 156-162.
11. Гродзенская, Л. Н. Методические занятия к урокам музыки [Текст] / Л. Н. Гродзенская. – Москва : Совершенство, 1971. – 112 с.
12. Громаков, А. И. Музыкальная социализация молодежи: к определению понятия [Текст] / А. И. Громаков // Теория и практика общественного развития. 2013. – № 11. – С. 85-87.
13. Гуревич, П. С. Философия культуры [Текст] / П. С. Гуревич. – Москва : Гардарики, 1993. – 163 с.
14. Дзялошинский, И. М. Концепция современного периодического издания [Текст] / И. М. Дзялошинский, М. И. Дзялошинская. – Москва : МедиаМир, 2012. – 344 с.
15. Долгушина, М. Ю. Феноменология музыкальной культуры / М.Ю. Долгушина // Аналитика культурологии. – 2012. – №22. –С. 1-6. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/fenomenologiya-muzykalnoy-kultury>
16. Долгушина, М. Ю. Музыкальная культура в СМИ / М.Ю. Долгушина // Аналитика культурологии. – 2005. – № 13. – С.1-11. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/myzykalnaya-kyltura-v-smi>
17. Зорин, В. И. Евразийская мудрость от А до Я [Текст] / В. И. Зорин. – Алматы : Созидік-Словарь, 2002. – 407с.
18. Ковалёва, А. И. Социология молодёжи. Теоретические вопросы [Текст] / А. И. Ковалёва, В. А. Луков. – Москва : Социум, 1999. – 91 с.

19. Канетти, Э. Масса и власть [Текст] / Э. Канетти. – Москва : AdMarginem, 1997. – 515 с.
20. Кравченко, А. И. Культурология : учебное пособие для вузов [Текст] / А.И. Кравченко. – Москва : Академический Проект, 2001. – 73 с.
21. Кройчик, Л. Е. Журналистские жанры / Л. Е. Кройчик // Основы журналистской деятельности [Текст] / под ред. С. Г. Корконосенко. – 2-е изд. перераб.и доп. – Москва : Юрайт, 2014. – 332 с.
22. Лазутина, Г. В. Основы творческой деятельности журналиста [Текст] / Г.В. Лазутина. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 240 с.
23. Лопатина, Е. И. К проблеме встречного движения массовой культуры и академической музыки в условиях современности // Вестник Кемеровского государственного ун-та культуры и искусств. – 2011. – №17. – 29-34. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-vstrchnogo-dvizheniya-massovoy-kultuty-i-akademicheskoy-muzyki-v-usloviyah-sovremennosti>.
24. Лисовский В.Т. Социология молодежи[Текст] / В. Т. Лисовский. – Санкт-Петербург : издательство Санкт-Петербургского университета, 1996.– 32 с.
25. Матвеев, В. Элитарная и массовая культура внутренне близки [Текст] / В. Матвеев // Общественные науки и современность. – 1991. – №1. – С. 65-72.
26. Мельник, Г. С. Основы творческой деятельности журналиста [Текст] / Г.С. Мельник, А. Н. Тепляшина. – Санкт- Петербург: Питер, 2006. – 272 с.
27. Найдорф, М. Очерк современной массовой культуры[Текст] / М. Найдорф. – Одесса : ВМВ, 2013. – 267 с.
28. Оганов, А. А. Теория культуры [Текст] / А. А. Оганов. – Москва : Гранд-Фаир, 2001. – 44 с.
29. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка [Текст] / С. И. Ожегов. – Москва : Азбуковник, 1991. – 900 с.

30. Ортега-и-Гассет, Х. Тема нашего времени [Текст] / Х. Ортега-и-Гассет. – Москва : Мысль, 1997. – 126 с.
31. Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс [Текст] / Х. Ортега-и-Гассет. – Москва : АСТ, 2003. – 272 с.
32. Пелипенко, А. А. Культура как система [Текст] / А. А. Пелипенко, И. Г. Яковенко. – Москва : Человек, 2002. – 67 с.
33. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов [Текст] / Е. П. Прохоров — 8-е изд., испр. – Москва : Аспект Пресс, 2011. – 351 с.
34. Руфаев, А. Л. Музыка конца 20- начала 21 века [Текст] / А. Л. Руфаев, Е.К. Одегова. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 76 с.
35. Радугин, А. А. Культурология [Текст] / А. А. Радугин. – Москва : Центр, 2001. – 304 с.
36. Сохор, А. Н. Музыка и общество [Текст] / А. Н.Сохор. – Москва : Центр, 1972. – 45 с.
37. Сохор, А. Н. Вопросы социологии и эстетики музыки [Текст] / А.Н. Сохор. – Ленинград : Советский композитор, 1983. – 304 с.
38. Сохор, А. Н. Музыка как вид искусства [Текст] / А. Н. Сохор. – Москва : Государственное музыкальное издательство, 1961. – 102 с.
39. Турук, Г. П. Распознавание художественных вкусов [Текст] / Г. П. Турук. – Москва : Совершенство, 1999. – 164 с.
40. Терин, В. П. Массовая коммуникация: Социокультурные аспекты политического воздействия [Текст] / В. П. Терин. – Москва : издательство Европейского университета, 1999. – 128 с.
41. Философский энциклопедический словарь [Текст] / Под ред. Е. Ф. Губенского, Г. В. Кораблева, В. А. Лутченко. – Москва : Советская энциклопедия, 1997. – 840 с.
42. Флиер, А. Я. Массовая культура и ее социальные функции [Текст] / А. Я. Флиер // ОНС: Общественные науки и современность. – 1998. – №6 – С. 45-51.

43. Шафеев, Р. Н. Музыкальная культура как система / Р. Н. Шафеев // Вестник СамГУ. – 2007. – 159 с. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-k-izucheniyu-muzykalnoy-kultury-i-ee-struktura-muzykalnoy-kultury>
44. Шиповская, Л. П. музыка и общество: социологический аспект (развитие и состояние музыкального общественного сознания)[Текст] / Л. П. Шиповская. // Сервис Plus. – 2013. – №1. – С. 8-15.
45. Ярцева, С. С. Колумнистика: история возникновения и перспективы развития / С. С. Ярцева // Воронеж, 2011. – 22 с. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/kolumnistika-istoriy-vozniknoveniya-i-perspektivy-razvitiya>
46. Ярцева, С. С. Жанровые признаки колонки / С. С. Ярцева // Вестник Воронежского государственного университета, 2011. – №1. – С. 226-228. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phulolod/2011/01/2001-01053/pdf>

Formula Student TGU №1 (84) четверг 21 января 2016 г.

— ВЕК УЧИТЬСЯ



— В отпуске выигрывает человек, который учится. Это не пропускать занятия, а учиться в любое время...

— Да, конечно, в работе не только выигрывает человек, который учится, но и человек, который не учится. Потому что человек, который не учится, не может адаптироваться к изменениям...

SMARTMOTO CHALLENGE MOSCOW



Валерий Манжотко, Голова команды «Смартмото», рассказывает о подготовке к чемпионату мира по Smartmoto Challenge...

В чемпионате мира по Smartmoto Challenge участвуют команды из разных стран. Это очень сложный конкурс, требующий не только технических навыков, но и командной работы...

5 причин...

НЕ СТОИТ ГРУСТИТЬ ОСЕНЬЮ

1-я причина. Вдохновение на творчество. Осень — это время, когда природа готовится к зиме, и это вдохновляет на творчество...

2-я причина. Спокойствие. Осень — это время, когда природа готовится к зиме, и это успокаивает душу...



3-я причина. Красивые пейзажи. Осень — это время, когда природа готовится к зиме, и это создает красивые пейзажи...



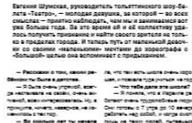
4-я причина. Свежие краски стихии — осенние краски. Осень — это время, когда природа готовится к зиме, и это создает свежие краски стихии...



5-я причина. Уют. Осень — это время, когда природа готовится к зиме, и это создает уют...

По моему мнению... №1 (84) четверг 21 января 2016 г.

Нечто больше, чем просто танец



Валерий Манжотко, Голова команды «Смартмото», рассказывает о подготовке к чемпионату мира по Smartmoto Challenge...

— Да, конечно, в работе не только выигрывает человек, который учится, но и человек, который не учится. Потому что человек, который не учится, не может адаптироваться к изменениям...

— Да, конечно, в работе не только выигрывает человек, который учится, но и человек, который не учится. Потому что человек, который не учится, не может адаптироваться к изменениям...

Когда близорукость — это неплохо



Близорукость — это не болезнь, это особенность. Она может быть полезной в определенных ситуациях...

— Да, конечно, в работе не только выигрывает человек, который учится, но и человек, который не учится. Потому что человек, который не учится, не может адаптироваться к изменениям...

По моему мнению...

Formula успеха



Формула успеха — это сочетание таланта, упорства и везения. Это непростой путь, но он того стоит...

— Да, конечно, в работе не только выигрывает человек, который учится, но и человек, который не учится. Потому что человек, который не учится, не может адаптироваться к изменениям...

Дрова для камина души



Дрова для камина души — это добротные поступки, которые согревают сердце. Это не просто дрова, это тепло...

— Да, конечно, в работе не только выигрывает человек, который учится, но и человек, который не учится. Потому что человек, который не учится, не может адаптироваться к изменениям...





Круглый стол
В формате круглого стола в рамках программы «Точка зрения»...



Церемония награждения
В рамках программы «Точка зрения» состоялась церемония награждения победителей конкурса...



Председатель оргкомитета конкурса Игорь Савинов
«Двадцатый год мы определяем лучших из лучших победителей студенческих СМИ, на которых равняется Россия...»



Всё, что любят девочки
В рамках программы «Точка зрения» состоялась церемония награждения победителей конкурса...

КАК Я ВЫГЛЯЖУ? ЯРКО!

Будь красиво, добавь выразительности, оставаясь при этом естественной. Ты прекрасна и достойна восхищения. Будь яркой, добавь выразительности, оставаясь при этом естественной.

СОБАЧКИ! ЭТО ПОЧТИ КАК КОТИКИ

Рассказы о том, что же больше всего любят девочки, так же, как и коты. В первую очередь это собаки. Собаки - это верные друзья, которые всегда готовы прийти на помощь.

Владимир «Первого канала» Тимур Соколовцев
«Я работаю, когда дело касается журналистики. Я сам филолог по образованию и тоже люблю печатные материалы...»



Эмигрант
Какое это было время, когда эмигранты уходили из страны. Это было время, когда многие люди искали лучшей жизни за рубежом.

В СЕРДЦЕ МОРЯ



В сердце моря
В сердце моря, в сердце моря, в сердце моря. В сердце моря, в сердце моря, в сердце моря. В сердце моря, в сердце моря, в сердце моря.

МИКС ИЗ ПРОШЛОГО, НАСТОЯЩЕГО И БУДУЩЕГО



БЛЕДНЫЙ ВОРОН

Бледный ворон
Бледный ворон, бледный ворон, бледный ворон. Бледный ворон, бледный ворон, бледный ворон. Бледный ворон, бледный ворон, бледный ворон.

ПАНИ ДЫШИ



Пани дыши
Пани дыши, пани дыши, пани дыши. Пани дыши, пани дыши, пани дыши. Пани дыши, пани дыши, пани дыши.

БЛЕДНЫЙ ВОРОН



Бледный ворон
Бледный ворон, бледный ворон, бледный ворон. Бледный ворон, бледный ворон, бледный ворон. Бледный ворон, бледный ворон, бледный ворон.

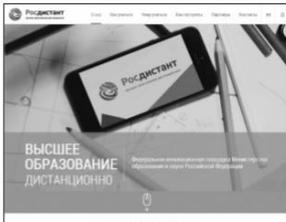


# НА ОДНОЙ ВОЛНЕ С УНИВЕРСИТЕТОМ

Уже прошлая пора, когда каждый второй говорил о «дистанции». Вспомните, как в начале 2000-х годов, когда в России только начинали развиваться дистанционные технологии, кто-то говорил, что это будущее. А кто-то говорил, что это будущее только для тех, кто умеет учиться. И вот сейчас, когда дистанционные технологии уже стали частью нашей жизни, мы снова слышим о «дистанции». Но теперь это уже не будущее, а настоящее.

## В пользу TV

Примечательно, что в последние годы в России наблюдается рост популярности телевидения. Это связано с тем, что телевидение стало более доступным и удобным для зрителей. Кроме того, телевидение стало более разнообразным, что позволяет зрителю выбрать программу по своему вкусу.



## ЧТО ТАКОЕ РОССТАНДАРТ

Росстандарт — это федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии. Оно занимается разработкой и внедрением стандартов, которые обеспечивают качество продукции и безопасность потребителей.

## Делать добро

Делать добро — это не только моральный долг, но и способ улучшить жизнь окружающих. Делая добро, мы помогаем другим людям справиться с трудностями и сделать их жизнь более легкой и приятной.

## Во всех направлениях

№ 5 (86) четверг 17 марта 2016 г.

## Там, где стоит победить

# «ВЕТЕР ПЕРЕМЕН»

Многие из нас, будучи детьми, мечтали стать ветеранами. Но теперь, когда мы уже взрослые, мы понимаем, что ветеранство — это не просто звание, а это состояние души, это умение постоять за свои принципы и за тех, кто нуждается в помощи.

## Активный отдых

Активный отдых — это способ укрепить здоровье и улучшить настроение. Это может быть прогулка на свежем воздухе, занятия спортом или просто поездка на природу.

## Человек с широкой душой

Человек с широкой душой — это человек, который умеет прощать и понимать других. Такой человек способен на великие подвиги и способен сделать мир лучше.

В последние годы в России наблюдается рост популярности телевидения. Это связано с тем, что телевидение стало более доступным и удобным для зрителей. Кроме того, телевидение стало более разнообразным, что позволяет зрителю выбрать программу по своему вкусу.

## Кто же он?

Кто же он? Это вопрос, который возникает у многих людей, когда они сталкиваются с новыми людьми или ситуациями. Ответ на этот вопрос зависит от контекста и обстоятельств.

## Почему выбор пад именно на ту?

Почему выбор пад именно на ту? Это вопрос, который возникает у многих людей, когда они делают выбор между несколькими вариантами. Ответ на этот вопрос зависит от личных предпочтений и обстоятельств.

## 314 опрошенных студентов проголосовали

314 опрошенных студентов проголосовали за то, что телевидение является наиболее удобным способом получения информации.

## Во всех направлениях

№ 5 (86) четверг 17 марта 2016 г.

## Там, где стоит победить

# «ВЕТЕР ПЕРЕМЕН»

Многие из нас, будучи детьми, мечтали стать ветеранами. Но теперь, когда мы уже взрослые, мы понимаем, что ветеранство — это не просто звание, а это состояние души, это умение постоять за свои принципы и за тех, кто нуждается в помощи.

## Активный отдых

Активный отдых — это способ укрепить здоровье и улучшить настроение. Это может быть прогулка на свежем воздухе, занятия спортом или просто поездка на природу.

## Человек с широкой душой

Человек с широкой душой — это человек, который умеет прощать и понимать других. Такой человек способен на великие подвиги и способен сделать мир лучше.

## Кто же он?

Кто же он? Это вопрос, который возникает у многих людей, когда они сталкиваются с новыми людьми или ситуациями. Ответ на этот вопрос зависит от контекста и обстоятельств.

## Почему выбор пад именно на ту?

Почему выбор пад именно на ту? Это вопрос, который возникает у многих людей, когда они делают выбор между несколькими вариантами. Ответ на этот вопрос зависит от личных предпочтений и обстоятельств.

№ 11 (87) четверг 24 сентября 2016 г.

# ГАРРИ ПОТТЕР И СНОВА, И СНОВА



## Пора погрузиться

Пора погрузиться в мир Гарри Поттера. Это мир, который захватывает воображение и заставляет нас забыть о проблемах реального мира. Гарри Поттер — это не просто книга, это целая вселенная.

## Почему выбор пад именно на ту?

Почему выбор пад именно на ту? Это вопрос, который возникает у многих людей, когда они делают выбор между несколькими вариантами. Ответ на этот вопрос зависит от личных предпочтений и обстоятельств.

№ 5 (86) четверг 17 марта 2016 г.

## Самостоятельное путешествие

# СНОВА ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПОТАНЦЕВАТЬ

Снова приглашаем вас потанцевать. Танцы — это способ выразить себя, это способ познать красоту движения. Танцы — это искусство, которое делает нашу жизнь более яркой и интересной.

## Самый грязный гараж

Самый грязный гараж — это место, где творчество встречается с хаосом. Это место, где можно найти вдохновение и идеи, но также и много мусора и беспорядка. Гараж — это место, которое требует внимания и заботы.

## Самый грязный гараж

Самый грязный гараж — это место, где творчество встречается с хаосом. Это место, где можно найти вдохновение и идеи, но также и много мусора и беспорядка. Гараж — это место, которое требует внимания и заботы.

# Ответов: 120

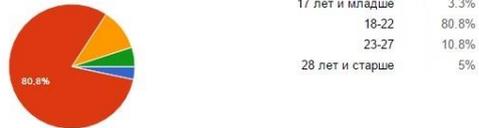
[Посмотреть все ответы](#) [Опубликовать статистику](#)

## Сводка

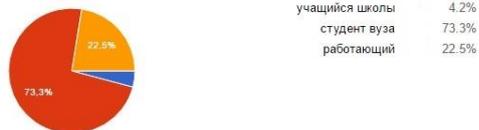
### Ваш пол



### Ваш возраст



### Род деятельности



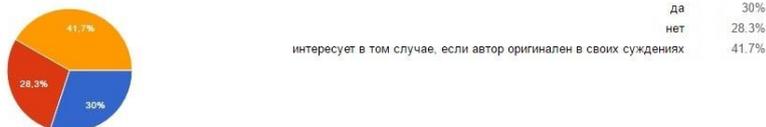
### Читаете ли вы колонку о музыке в молодежной газете "Спичка"?



### Интересна ли вам авторская колонка о музыке?



### Интересуют ли вас авторские комментарии и оценки?

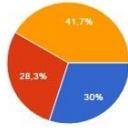


### Как вы реагируете на рекомендации типа «стоит послушать»?



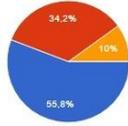


Интересуют ли вас авторские комментарии и оценки?



да	30%
нет	28.3%
интересует в том случае, если автор оригинален в своих суждениях	41.7%

Как вы реагируете на рекомендации типа «стоит послушать»?



прислушиваюсь к совету	55.8%
не прислушиваюсь к совету	34.2%
Другое	10%

### Количество ответов по дням

