Анастасия Сергеевна Панина

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Москва)

Научный руководитель: к. филол. н., доц. М. Е. Аникина

[paninanasst@gmail.com](mailto:paninanasst@gmail.com)

**Взаимодействие инди-музыкантов и аудитории в современном российском медиапространстве: стратегии и ресурсы**

На основе анализа публикаций и интервью инди-артистов в материале определены главные особенности взаимодействия артистов со слушателями в пространстве новых медиа, проанализирован процесс медиатизации и его влияние на деятельность музыкантов в социальных сетях, а также определены основные проблемы влияния медиа на музыкальную среду.

Ключевые слова: медиатизация, взаимодействие с аудиторией, инди-артист, мьюзикализация

В современном мире медиа – неотъемлемая часть общественной жизни. Они проникают во все сферы и действуют на всех уровнях социальной реальности [1]. Влиянию подвергается и функционирование музыкальной индустрии. Одним из важнейших факторов, оказывающих воздействие и на создание, и на продвижение музыки в медиатизированном, вестернизированном и коммерциализированном мире, по звездной системе, становится личность [2; 3; 4]. В рамках данной концепции оказывается интересным рассмотрение инди-направления, изначально (indie сокращение от independent – независимый) заявляющего себя индивидуалистским.

В современном медиапространстве инди-артисты активно продвигают музыку с помощью соцсетей, выставляя на первый план именно свой образ, свою персону. Они используют личность музыканта как непосредственный идентификатор творчества, указывая на их неразрывную связь. Исходя из личных предпочтений зачастую и выстраивается взаимодействие музыканта с аудиторией: и его содержание, и сама форма. Однако с превращением артиста в субъекта медиакоммуникации в противоречие вступают две главные роли современного исполнителя: исполнителя как музыканта-профессионала и как блогера.

В рамках работы рассмотрено взаимодействие инди-артистов с одинаковой и разной по численности аудиторией со слушателями посредством использования платформы социальных сетей: проанализировано 45 постов в официальных сообществах Вконтакте четырех музыкантов и проведены интервью с четырьмя представителями индустрии. На этапе сбора эмпирической информации был проведен анализ следующих категорий: обратная связь с аудиторией, язык постов и его взаимосвязь с тематикой, наполнение постов и их регулярность. В интервью, кроме перечисленных пунктов, мы также говорили об изменениях в разные периоды творчества. Результаты исследования позволяют выделить следующие тенденции: 1) *В процессе коммуникации инди-артисты опираются в первую очередь на свою индивидуальность*, а тактика поведения внутри цифрового пространства изначально зависит именно от желаний, возможностей и характера музыканта. 2) О*сновными способами выстраивания коммуникации артиста с аудиторией оказываются темы публикаций и средства языкового и визуального оформления*, из которых складывается *индивидуальная стратегия* поведения в медиапространстве, соответствующая личности музыканта. 3) О*собенно популярными становятся невербальные средства общения*: фотографии, видео, эмодзи – медиатизация и сопутствующая ей мьюзикализация способствуют такому явлению, как *визуализация* творчества. 4) Ввиду интеграции медиа и музыки все больше *обостряется проблема противоречия между старыми (исполнитель-профессионал) и новыми (блогер) ролями исполнителя*.

Сопоставление различных фрагментов результатов исследования указывает на существование общих тенденций в позиционировании инди-артистов и их стратегиях взаимодействия с аудиторией под влиянием медиа. Оно также выявляет основные проблемы, возникающие ввиду глубокого проникновения медиа в музыкальную среду и во все составляющие ее сущность процессы.

Литература

1. Ним Е. Г. Исследуя медиатизацию общества: концепт медиатизированных миров // Социологический журнал. 2017. Т. 23. № 3. С. 8-25

2. Krämer, B. The mediatization of music as the emergence and transformation of institutions: a synthesis. // International Journal of Communication, 2011. pp. 471-491.

3. Pontara, T.,Volgsten, U. Dynamics of Mediatization: Institutional Change and Transformations in a Digital Age // Cham: Palgrave Macmillan, 2017. pp. 247-269.

4. Volgsten, U. Between Ideology and Identity. Media, Discourse and Affect in the Musical Experience // S. Brown and U. Volgsten, eds. Music and Manipulation. On the Social Uses and Social Control of Music. New York and Oxford: Berghahn, 2006. pp.74-100.