

12. Блэк С. Паблик рилейшнз. М., 1990. 239 с. (переиздан в 2003 г.); Китчен Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика. М., 2004. 443 с.; Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз. М., 2003. 400 с.
13. Лебедева Т.Ю. Искусство обольщения: Паблик рилейшнз по-французски: Концепции. Практика. М., 1996. 132 с.; Она же. Паблик рилейшнз. Корпоративная и политическая режиссура: монография. М., 1999. 350 с.; Лебедева, Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии. М., 2007. 221 с.; Сегела Ж., Лебедева Т. Энциклопедия паблик рилейшнз. М., 2009. 291 с.

М.В Карасева

д-р искусствоведения, проф. МГК им. Чайковского

С.А Уваров

аспирант, МГК им. Чайковского

**Музыкант и интернет: о специфике восприятия новых технологий
в профессиональном гуманитарном сообществе**

Marina V. Karaseva

PhD, Prof., Tchaikovsky Conservatoire, Moscow

Sergei A. Uvarov

Post-graduate Students Tchaikovsky Conservatoire, Moscow,

**Musician and the Internet: Specifics of Modern Technologies in Current
Society**

Интернет, первоначально освоенный знатоками высоких технологий, уже несколько лет является универсальным инструментом, используемым, в том числе, и людьми гуманитарных профессий. Интернет-среда, некогда воспринимавшаяся большинством «гуманитариев» как «бездушно-роботизированная», перестала быть для них враждебной и эстетически неприемлемой. Процесс этот оказался настолько стремительным, что на сегодняшний момент молодежь гуманитарная (включая и музыкантов) «интернетизирована» ничуть не менее, чем молодежь техническая. Во многом это было простимулировано распространением во второй половине прошлого десятилетия социальных сетей. Тенденция, начавшаяся в США, сегодня охватила в полной мере и Россию. Для большинства пользователей интернета по обе стороны Атлантики социальные сети и блоги стали привычной и неотъемлемой составляющей интернет-пространства.

Интересно, что представители артистической творческой среды зачастую гораздо более активны и открыты, они свободнее размещают информацию о себе в социальных сетях, поскольку не настолько вовлечены в бизнес-отношения и не скованы корпоративными правилами. Стремление к конфиденциальности и жесткой «фильтрации» сведений, выкладываемых на всеобщее обозрение, у музыкантов практически

отсутствует. Вместе с тем, практически не развита традиция создавать в социальных сетях профессиональное резюме, ориентированное на потенциальных работодателей и партнеров. При наборе музыкантов в оркестры, хоры, ансамбли работодатели в последнюю очередь используют в качестве средства поиска интернет (и социальные сети в частности), а в первую — знакомства разной степени близости и оффлайн-объявления в местах наибольшего скопления музыкантов (например, в музыкальных учебных заведениях). Сложившиеся десятилетиями назад бизнес-схемы в академической сфере достаточно консервативны.

Это не означает, что молодые музыканты не используют интернет для профессионального общения и взаимодействия друг с другом — такому общению способствует ранняя специализация (не на уровне вуза, а на уровне музыкальной школы или училища). Можно сказать, что коммуникативное пространство, в котором существуют музыканты, достаточно «герметично», для него характерна высокая степень общности эстетических вкусов и жизненных ценностей. Здесь, условно говоря, все «с детства друг друга знают». Поэтому в сетевых сервисах молодые музыканты довольно быстро находят общий язык друг с другом (даже не будучи знакомы «вживую») и общаются, прежде всего, на темы, связанные с их профессией.

Подобные параметры не являются специфичными для среды американских профессиональных музыкантов, поскольку в США практически отсутствует обязательная довузовская ступень музыкального образования, без которой нельзя поступить в университет. Однако общение российских молодых музыкантов через социальные сети происходит, прежде всего, на самом поверхностном уровне — чат, обмен мнениями в комментариях к аудио-видео записям и картинкам. Традиции вынесения на обсуждение каких-то своих произведений или результатов исполнительской деятельности пока еще не сложилось. В этом проявляется различное отношение американских и российских пользователей сетей к феномену обратной связи. Методология обратной связи (feedback) давно и разносторонне закреплена в американском образовательном стандарте: студенты привыкли, что они могут и должны оценивать качество преподавания педагога, а также когнитивные навыки и способности своих коллег и сокурсников. Для российских музыкантов, выращенных в традициях авторитарного стиля преподавания в СССР и склонных к перфекционизму в самооценке (когда, к примеру, недостаточно просто неплохо играть на рояле, а требуется некая выдающаяся и оригинальная трактовка произведения), именно эта часть интерактивности до сих пор вызывает наибольшее психологическое затруднение. Оценивать педагога в российской музыкантской среде не принято вовсе. Отношения с преподавателем, особенно в том случае, когда он ведет индивидуальные занятия, мало похожи на обезличенно-деловые, а больше — на

родственные (в случае, если контакт между педагогом и студентом сложился). Преподавательские методики также строятся «по старинке» и подвержены минимальным изменениям: меняются учебные пособия, подходы к преподнесению темы, иначе расставляются акценты, но практически не меняется сама схема взаимодействия педагога и учеников. Все формальные изменения носят поверхностный характер: раньше педагог мог порекомендовать студенту сходить в фонотеку, чтобы послушать музыкальное произведение, а сегодня он приносит CD или даже дает интернет-ссылку на скачивание. Раньше письменные работы принимались в распечатанном виде, а сегодня многие педагоги предпочитают электронный вариант, переданный через e-mail. Но на самой методике преподавания это практически не сказывается. Степень проникновения новых технологий здесь очень невелика.

По-разному на сегодня российскими и американскими студентами-музыкантами используются и сервисы по созданию *групп* в соцсетях. В американской образовательной программе широко развита система групповых заданий, выполняемых студентами в партнерстве, в том числе, в рамках соцсетей. В России музыканты-педагоги сегодня все чаще используют сервисы сетевых групп для целей обучения, однако, во-первых, предоставляемая социальными сетями функциональность используется лишь в небольшой степени (в большинстве случаев цель создания группы — просто размещение какого-либо объявления и необходимых учебных материалов, но не многостороннее взаимодействие между участниками групп), а во-вторых, такие примеры все равно пока немногочисленны. В целом педагоги музыкальных учебных заведений используют возможности социальных сетей в своей педагогической деятельности менее активно, чем педагоги других гуманитарных факультетов крупнейших вузов страны (МГУ или НИУ ВШЭ). Специфика здесь также и в том, что в программе обучения российского студента-музыканта значительно больше индивидуальных занятий, чем у студента любой другой специализации.

Среди социальных сетей самой популярной в США является Facebook (www.facebook.com). В ней зарегистрированы практически все активные пользователи интернета — вне зависимости от профессии и сферы интересов. Вместе с тем, именно для целей музыкантов Facebook не очень удобен. Здесь нет возможности выкладывать свою музыку (ни в виде аудиотреков, ни в качестве видеороликов), а прослушивание чужой музыки реализовано через сторонние веб-приложения, интегрированные в Facebook (Zvooq, Deezer). Поэтому многие музыканты, будучи даже зарегистрированы в Facebook, используют для профессиональных целей MySpace (<http://www.myspace.com/>). Начиная с 2011 года данная социальная сеть развивается именно в сторону расширения возможностей для музыкантов и любителей музыки. Вероятно, это объясняется тем, что

новый владелец MySpace — компания Specific Media — привлекла к разработке стратегии развития портала певца Джастина Тимберлейка. Кроме того, Тимберлейк купил пакет акций MySpace (его размер не раскрывается¹).

Ориентированность портала на музыкантов очевидна уже на этапе регистрации: при создании аккаунта вам предлагается выбрать, кто вы — обычный пользователь или музыкант. Если вы будете создавать аккаунт как музыкант, то вам будет позволено выкладывать аудио, видео, размещать анонсы концертов, вести блог и прочее. Однако сразу видна и неприспособленность MySpace к задачам академических исполнителей и композиторов: среди возможных жанров нет пункта «Классика» или аналогичного по смыслу (потом, правда, уже в созданном аккаунте в расширенном списке жанров можно выбрать «Классическая» или «Классическая — опера и вокал»). Возможности поиска также не вполне отвечают запросам классических музыкантов.

В России безусловным лидером среди социальных сетей является vk.com (ВКонтакте). В отличие от Facebook в США, Вконтакте в России доминирует как среди обычных пользователей, так и среди музыкантов. Это объясняется возможностью свободно загружать свои и слушать чужие аудио- и видеозаписи. Вместе с тем, vk.com не позиционирует себя именно как проект для музыкантов. Все пользователи вне зависимости от профессии получают при регистрации равные возможности. А это значит, что, технически, музыку могут загружать даже те, кто не имеет на нее прав. Здесь появляется серьезная проблема легальности размещаемого в vk.com аудио- и видеоконтента. Не секрет, что в vk.com процветает пиратство. Отдельные судебные процессы против владельцев ресурса и пользователей не влияют на общую ситуацию, поскольку законодательная база пока еще недостаточно отрегулирована в этой сфере. Однако рано или поздно ситуация, скорее всего, изменится, в связи с чем владельцам vk.com придется либо изменить политику прав, разделив музыкантов и немусыкантов, либо ограничить возможности для всех пользователей. Если будет выбрано последнее, то данная социальная сеть потеряет свою привлекательность для многих музыкантов.

Ситуация с крупнейшими социальными сетями обусловила необходимость появления специализированных тематических соцсетей, которые бы объединяли людей не по принципу личного знакомства, а по интересам, профессии и т.п. Наиболее активное движение в этом направлении наблюдается на Западе, в том числе Америке, в России же данный процесс находится в зачаточном состоянии. У нас соцсети в целом до сих пор по-прежнему воспринимаются — и самими пользователями, и теми деловыми людьми, которые могли бы стать их работодателями или партнерами — как трата времени и форма досуга. Представляется, что появление достаточного числа соцсетей, ориентированных именно на

определенную тематику, сможет изменить сложившуюся ситуацию. При этом очевидно, что музыканты с готовностью примут любую площадку, которая предоставит им более широкие возможности по сортировке музыкальных записей, оформлению собственных резюме и т.п.

В последние годы в России появилось несколько соцсетей, позиционирующих себя как ориентированные на музыкантов. Это <http://muzkontakt.ru>, <http://www.vmuzmire.ru>, <http://muzrooms.com>, <http://musikanti.ru> (две из них датированы 2012 годом, одна находится в стадии beta). Все они, однако, имеют лишь локальную известность и ориентированы на молодые группы (поп, рок, альтернатива и т.п.). Для музыканта, работающего в классической традиции, эти соцсети малопривлекательны. Тем не менее, важен сам принцип: все эти порталы предполагают бесплатное выкладывание музыки самими музыкантами (с целью пропаганды своего творчества), без посредничества студий звукозаписи.

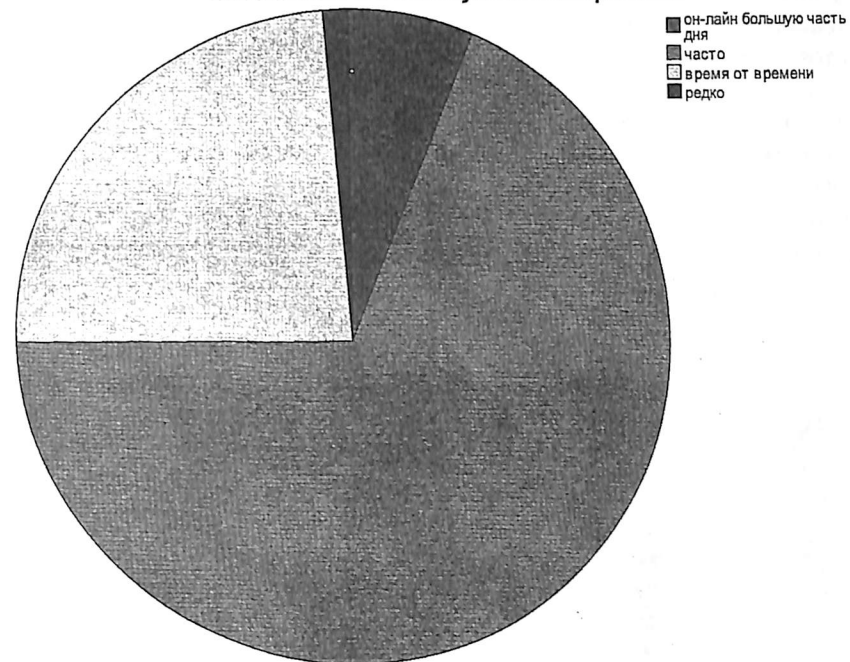
В США и западных странах попытки создания социальных сетей специально для академических музыкантов уже были. Например, classicalmusiccity.com, где можно разместить информацию о себе (подобие CV), а также загрузить фотографии, видеоролики и музыку, добавить новую запись в блог, анонсировать мероприятие (add event) и начать дискуссию. Эта социальная сеть, однако, пока не получила сколько-нибудь широкого распространения даже внутри страны (на момент написания статьи в ней было зарегистрировано всего чуть более ста человек), а в России она просто неизвестна.

В целом, создатели современных соцсетей стараются реагировать на очевидные «музыкальные» потребности пользователей, но ни крупнейшие соцсети, ни начинающие специализированные проекты — что в Америке, что в России — пока не предложили достаточно универсального и цивилизованного инструмента для удовлетворения этих потребностей. Чтобы понять предпочтения молодых классических музыкантов в сфере социальных сетей, а также выяснить степень их «интернетизированности», в Московской государственной консерватории им. П. И. Чайковского был проведен социологический опрос¹. В нем приняли участие более 80 студентов разных факультетов (в том числе, 11 студентов иностранного факультета, приехавших учиться в консерваторию из зарубежных стран, преимущественно — из азиатских).

Опрос показал, что все респонденты пользуются интернетом. Из них 73,8% заходят в интернет каждый день, а 23,8% выходят в интернет раз в несколько дней. И только один человек из всех опрошенных ответил, что он выходит в интернет редко.

При этом все опрошенные оказались зарегистрированы в социальных сетях. И именно социальные сети были названы самым любимым

Как активно Вы пользуетесь Интернетом?

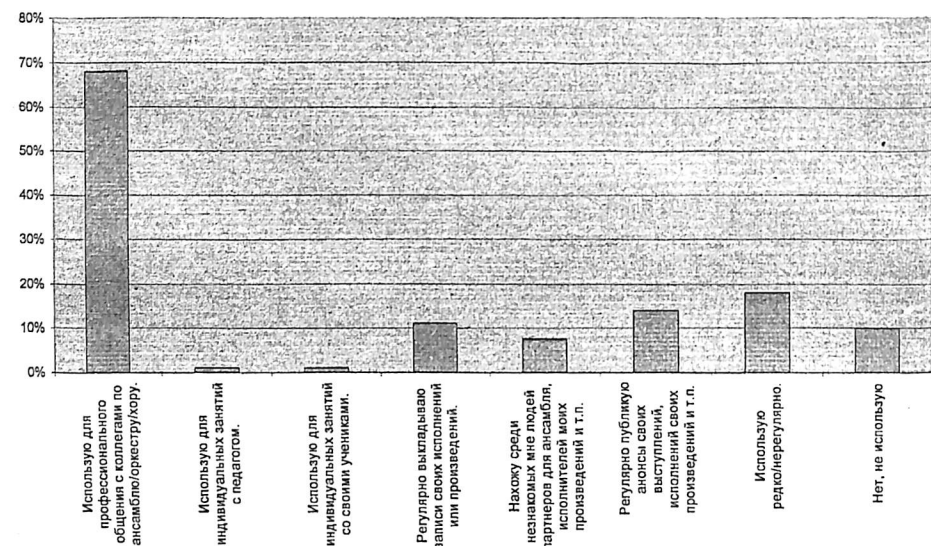


инструментом для общения: на вопрос «Какой способ интернет-общения вы предпочитаете?»¹ 80% респондентов выбрали социальные сети.

Музыканты склонны активно использовать социальные сети и для профессионального общения. На вопрос «Используете ли вы социальные сети в своей профессиональной деятельности?» только 10% опрошенных ответили отрицательно, и еще 2,5% затруднились ответить. Следовательно, подавляющее большинство молодых музыкантов уже сегодня рассматривают социальные сети не только как способ отдыха и общения с родственниками, но и как перспективный инструмент для профессиональной деятельности. Большинство опрошенных «скорее согласны» с тем, что социальные сети — это «инструмент для саморекламы и профессионального роста». Однако пока еще рано говорить о том, что социальные сети действительно стали незаменимы для молодых музыкантов. На вопрос «Насколько сильно пострадает ваша профессиональная деятельность, если интернет отключат на месяц?» большинство студентов ответили «Пострадает несильно». Вторым по популярности оказался ответ «Вообще не пострадает». Любопытным является различие результатов в зависимости от факультета. Так, больше всего к интернету оказались привязаны студенты историко-теоретического факультета, что объясняется необходимостью искать в интернете

аудиозаписи, ноты и другие материалы для обучения и ведения научной деятельности. Таким образом, для самой интернетозависимой части студентов-музыкантов социальные сети играют роль дополнительного источника музыкальных записей, но отнюдь не средства профессиональной реализации и саморекламы. Для остальных же студентов социальные сети – это в первую очередь удобный способ общения. На уже приводившийся вопрос «Используете ли вы социальные сети в своей профессиональной деятельности?» 68% опрошенных ответили, что используют социальные сети для профессионального общения с

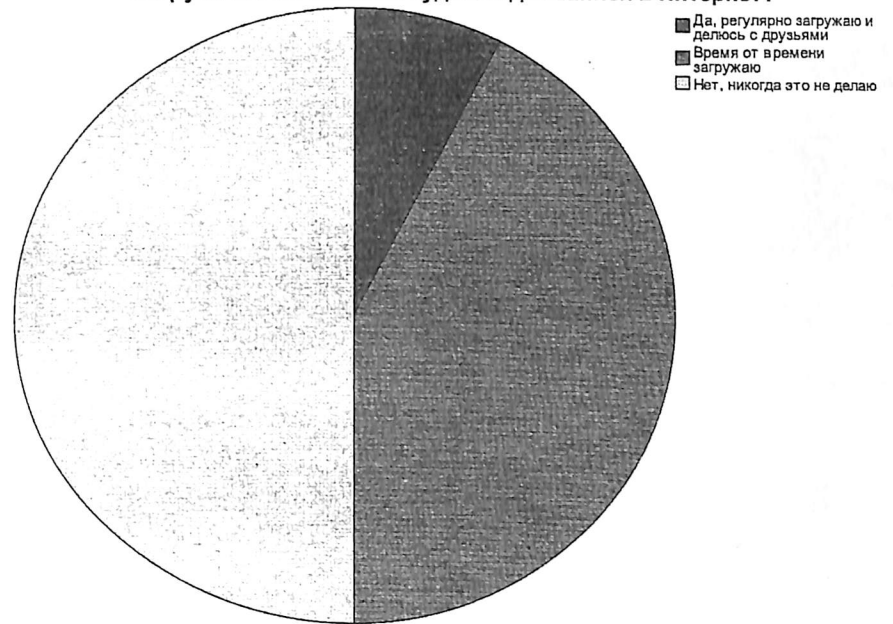
Используете ли Вы социальные сети в профессиональной деятельности?



коллегами по ансамблю/оркестру/хору.

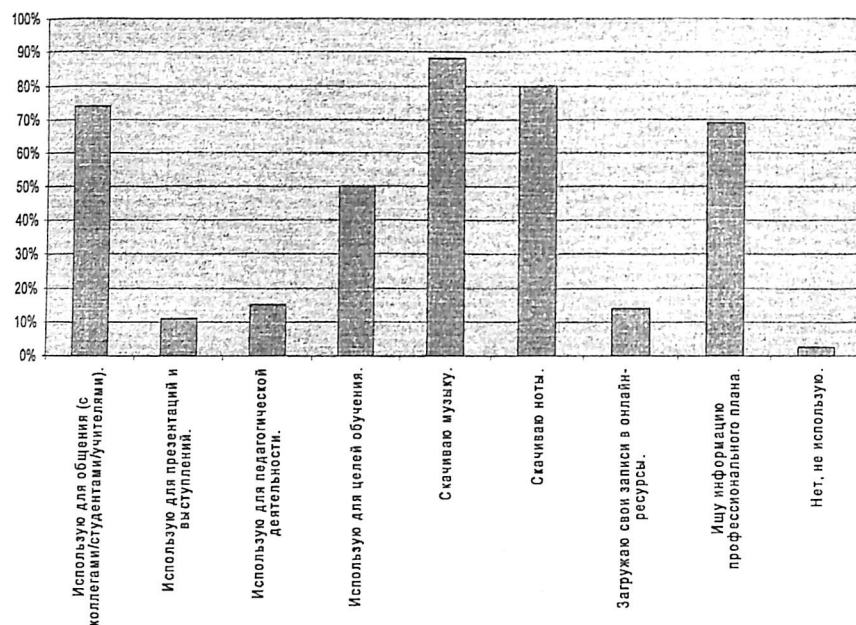
На основании результатов опроса можно сделать вывод, что профессиональная самопрезентация в интернете пока что не особо распространена у молодых российских музыкантов. Ровно половина опрошенных никогда не загружают аудио- и видеозаписи в интернет-сервисы (включая социальные сети, YouTube и прочие). Регулярно выкладывают свои записи только 7,5% опрошенных. Остальные делают это время от времени.

Загружаете ли Вы свои аудио/видео записи в Интернет?



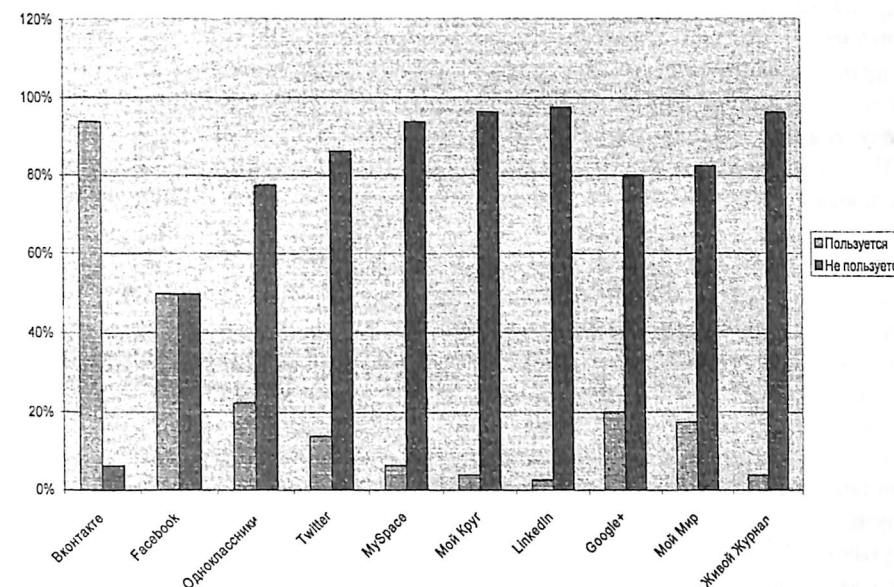
Даже те 50%, которые хотя бы иногда загружают какие-то записи, далеко не всегда делают это именно в контексте своей профессиональной реализации. На что указывают результаты ответа на вопрос «Используете ли вы интернет в своей профессиональной деятельности?». Только 14% опрошенных ответили, что загружают свои записи в онлайн-ресурсы. Следовательно, из 50% опрошенных, которые в принципе освоили аудио-видео хостинги (включая соцсети), лишь чуть больше трети в качестве материала берут плоды собственного творчества. Остальные же просто делятся понравившимися роликами (не обязательно связанными с музыкой) с друзьями.

Используете ли Вы Интернет в профессиональной деятельности?



Таким образом, вполне типичная для современной американской музыкальной индустрии ситуация, когда музыкант становится звездой благодаря YouTube, учащимся российских музыкальных вузов по-прежнему кажется маловероятной в отношении их собственной карьеры. В целом, можно сказать, что интерактивные методы взаимодействия, совместное обучение и самопрезентация через интернет пока что недостаточно распространены среди российской музыкальной молодежи. Интернет ими воспринимается, прежде всего, как источник информации (текстовой, визуальной, музыкальной), а также удобное средство коммуникации. Отчасти это обусловило и предпочтение студентов-музыкантов в области социальных сетей. Максимальное количество опрошенных — 83,8% — назвали в качестве основной социальной сети vk.com (ВКонтакте). При этом зарегистрированы там 93,8%. Это в целом выше, чем по стране.

Какие социальные сети Вы используете?



Любопытен низкий процент социальной сети Odnoklassniki.ru, которая была первопроходцем среди ресурсов подобного плана в России. Основной для себя ее назвал только один человек. А вот Google+ показал неожиданно хороший результат. В самой молодой из фигурирующих в опросе соцсетей оказались зарегистрированы 20% опрошенных (правда, ни для одного она не является основной).

Из этого можно сделать вывод, что молодые музыканты не вполне удовлетворены существующими соцсетями и открыты для новых предложений подобного рода. Однако тот факт, что ни один из зарегистрированных в Google+ респондентов не сделал ее основной, свидетельствует скорее о том, что она не вполне удовлетворила ожиданиям, нежели о некой инерции и привычке.

В вопросе об используемых и предпочитаемых соцсетях очевидно различие между иностранными и российскими студентами-музыкантами. У иностранцев процент зарегистрированных в vk.com существенно меньше (72,7% против 97,1% у российских респондентов), а в Facebook и MySpace — больше. Успешна у иностранцев и Google+ (там зарегистрированы 5 из 11 опрошенных), хотя российские учащиеся также осведомлены об этой соцсети (среди наших студентов ее используют 15,9%). А вот LinkedIn, столь стремительно развивающаяся в США, российским опрошенным

неизвестна вовсе (тогда как из 11 иностранцев там зарегистрированы 2 человека).

Важным результатом опроса является полная неосведомленность учащихся Московской консерватории о специализированных музыкальных соцсетях (как российских, так и зарубежных). Или же безразличие к ним. Что косвенно указывает либо на недостаточное проникновение этих ресурсов в профессиональную среду (то есть, в отличие от LinkedIn в США, музыкальные соцсети пока что не играют существенной роли в деловых взаимоотношениях, не влияют на музыкальный бизнес), либо недостаточное соответствие этих ресурсов запросам молодых академических музыкантов. А скорее всего — и на то, и на другое. Но всё идет к тому, что положение скоро изменится. Произойдет это тогда, когда появится социальная сеть, созданная с учетом запросов конкретной аудитории (которая, как мы утверждали, достаточно монолитная, существующая в специфической «герметичной» среде) и ориентированная на профессиональное использование. В идеале такая социальная сеть должна привлечь не только музыкантов-профессионалов, то есть «производителей» музыки, но и «потребителей» — тех, кто готов будет слушать и оценивать их творчество. Ведь, в конечном счете, любой музыкант работает не столько ради оценки коллег и работодателей, сколько ради оценок публики.

В.И. Ким

магистрант, бакалавр истории, РУДН

Потенциал России как мирового финансового центра

Vladimir I. Kim

MDA Student, The People's Friendship University of Russia

Russian Potentials as a World Financial Centre

Финансовый кризис, начавшийся в 2008 году с разорения «Lehman Brothers» объективно показывают, что мир, основанный на непропорциональном преобладании стран G-7 в экономической и финансовой сферах, подошел к концу. Эти страны и, прежде всего США, недовольны изменениями, происходящими в мире, и стараются замедлить или даже обратить глобальные процессы, которые ведут к многополярности мира. Однако, данные процессы, по сути, необратимы, и мир придет к более равномерному распределению сил и власти.

В контексте будущего - «посткризисного» - мира, как мира многополярного, важно спрогнозировать место и роль в нем России.

В данном докладе автор считает необходимым и уместным взять за точку отсчета для анализа январь 2009 года, а именно речь В. В. Путина на форуме в Давосе. Почему именно с этой даты? Потому, что именно от этой

речи, по мнению автора, можно вести отсчет не просто декларирования, но и реального действия. Эта речь подвела разграничительную черту под ушедшим миром (гегемонией «Запада», в т. ч. в финансовой сфере) и задала вектор дальнейшего хода развития событий.

Стоит привести те основные позиции речи В. В. Путина, которые непосредственно касаются рассматриваемой темы.

«На наш взгляд, будущая экономика должна стать экономикой реальных ценностей...

Чрезмерная зависимость от, по сути, единственной резервной валюты опасна для мировой экономики... было бы целесообразно способствовать объективному процессу появления в будущем нескольких сильных региональных валют...

Вместе с тем изменений требует не только конструкция глобальных финансов, круг проблем — гораздо шире. Речь идет о том, что на смену отжившему однополярному устройству мировой экономики должна прийти система, основанная на взаимодействии нескольких крупных центров. Но чтобы такой многополярный мир не стал миром хаоса и непредсказуемости, необходимо укреплять систему глобальных регуляторов, основанных на международном праве и системе многосторонних соглашений. Разумеется, именно поэтому так важно переосмыслить роль ведущих международных организаций и институтов».¹

Очевидно, что главный мотив в деле переустройства мировой экономики касается вопросов резервной валюты и мировых финансовых организаций. Уже в 2009 г., закладывались теоретические основы реализуемых сегодня реальных изменений.

Данная тема была продолжена в «Предложениях РФ к саммиту G-20» в апреле того же 2009 г. Основные тезисы созвучны тем, что представлял В. В. Путин на форуме в Давосе.

- Повышение легитимности и результативности международных институтов регулирования на новой конвенциональной основе в целях обеспечения совместности и совместимости экономических стратегий отдельных государств.

- Укрепление устойчивости мировой финансовой системы путём развития диверсифицированной системы резервных валют и финансовых центров.

- Формирование современной системы управления рисками, адекватной степени развития финансовых технологий.

- Формирование системы стимулов к рациональному поведению участников финансовых рынков, основанному на сбалансированной оценке рисков и оценке получаемых возможностей...».

Данные тезисы декларированные сначала от лица премьер-министра, а затем и президента РФ могли бы остаться простыми