

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМ. М. В. ЛОМОНОСОВА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Работа по предмету «Теории массовых  
коммуникаций» на тему  
«Продвижение классического музыкального  
наследия и национального достояния в сфере  
музыкальной культуры»**

Выполнила Олейник Ю. Р., гр. 509

Преподаватель: Засурский И. И.

Москва, 2015

## 1. Введение

В настоящее время мы наблюдаем некий застой в музыкальной культуре нашей страны: вроде молодых музыкальных деятелей очень много, а настоящих героев на смену старым не появляется – именно поэтому исполнители и коллективы, отмечающие уже 15-20 лет своего существования, имеют обновленную аудиторию, которая не клюнула на нечто новое, но менее качественное. Пока мы ждем очередного подъема российской музыкальной индустрии, самое время обратиться к истокам – классическому музыкальному наследию и национальным произведениям, перешедшим в общественное достояние, так называемый public domain.

В работе я попытаюсь проанализировать, каким образом сейчас можно продвигать, популяризировать подобные музыкальные произведения. У меня имеется опыт продвижения современных исполнителей, но будет любопытно посмотреть, как же можно работать с произведениями совершенно другого типа.

## 2. Музыкальное произведение в общественном достоянии

Чем больше произведений находится в режиме общественного достояния, тем лучше для развития информационного общества. Богатство в таком обществе – это «инфраструктура знания и сила личности, имеющая возможность доступа к информации и культурному наследию»<sup>1</sup>. Однако пока в России не произошла реформа авторского права, не внедрен режим общественного достояния для большинства значимых произведений, надо работать с тем, что есть. Другими словами, в контексте развития информационного общества, для его обогащения и расширения, необходимо активно продвигать произведения, уже перешедшие в общественное достояние.

Итак, начнем с основ. Что мы можем подразумевать под музыкальным произведением? Человек, не знакомый с нюансами вопроса авторских прав, наверняка представляет себе абстрактно какую-то песню, ну или музыку без вокального сопровождения. Однако здесь не все так просто. Музыкальное произведение – это именно произведение, написанное неким автором. Отдельно мы рассматриваем права на фонограмму – это запись того самого произведения. Автор может обладать авторскими правами на свое произведение, но смежные права (на фонограмму) могут ему и не принадлежать – чаще всего так и бывает. Плюс мы можем говорить об исполнительских правах – с этим более-менее должно быть все понятно.

По российскому законодательству (а вопросы интеллектуальных прав прописаны в 4-ой части Гражданского кодекса РФ) существуют определенные нормы охраны интеллектуальных прав на музыкальное

---

<sup>1</sup> Авторские права в интернете. Перспективы системы авторского права и поддержка общественного достояния. / И. Засурский, В. Харитонов, С. Козловский, А. Алексеева. М.: Ассоциация интернет-издателей, 2012. – URL: <http://vernsky.ru/pubs/5285>

произведение. Для разбора темы общественного достояния, главное, на что мы должны обратить внимание – это срок охраны прав, так как после его истечения произведение автоматически переходит в общественное достояние. Итак, Гражданский кодекс Российской Федерации, часть IV, статья 1281 под названием «Срок действия исключительного права на произведение»<sup>2</sup>:

1. Исключительное право на произведение действует в течение всей жизни автора и семидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора». *(это основное правило, которое нужно запомнить, а далее следуют уже нюансы, которые, впрочем, тоже очень важно учитывать – прим. автора).*

Исключительное право на произведение, созданное в соавторстве, действует в течение всей жизни автора, пережившего других соавторов, и семидесяти лет, считая с 1 января года, следующего за годом его смерти.

2. На произведение, обнародованное анонимно или под псевдонимом, срок действия исключительного права истекает через семьдесят лет, считая с 1 января года, следующего за годом его правомерного обнародования. Если в течение указанного срока автор произведения, обнародованного анонимно или под псевдонимом, раскроет свою личность или его личность не будет далее оставлять сомнений, исключительное право будет действовать в течение срока, установленного пунктом 1 настоящей статьи.
3. Исключительное право на произведение, обнародованное после смерти автора, действует в течение семидесяти лет после

---

<sup>2</sup> Гражданский кодекс РФ от 18.12.2006 N 230-ФЗ - Часть 4, «Консультант Плюс».

обнародования произведения, считая с 1 января года, следующего за годом его обнародования, при условии, что произведение было обнародовано в течение семидесяти лет после смерти автора.

4. Если автор произведения был репрессирован и посмертно реабилитирован, срок действия исключительного права считается продленным и семьдесят лет исчисляются с 1 января года, следующего за годом реабилитации автора произведения.
5. Если автор работал во время Великой Отечественной войны или участвовал в ней, срок действия исключительного права, установленный настоящей статьей, увеличивается на четыре года.

По моему мнению, здесь все предельно понятно. Теперь взглянем, что говорит ГК РФ по поводу перехода произведения в общественное достояние. В этом нам поможет статья №1282<sup>3</sup>:

#### Статья 1282. Переход произведения в общественное достояние

1. После прекращения действия исключительного права произведение науки, литературы или искусства, как обнародованное, так и необнародованное, переходит в общественное достояние.

2. Произведение, перешедшее в общественное достояние, может свободно использоваться любым лицом без чье-либо согласия или разрешения и без выплаты авторского вознаграждения. При этом охраняются авторство, имя автора и неприкосновенность произведения.

---

<sup>3</sup> Гражданский кодекс РФ от 18.12.2006 N 230-ФЗ - Часть 4, «Консультант Плюс».

3. Перешедшее в общественное достояние необнародованное произведение может быть обнародовано любым лицом, если только обнародование произведения не противоречит воле автора, определенно выраженной им в письменной форме (в завещании, письмах, дневниках и тому подобном).

В этом и есть суть общественного достояния – оно «может свободно использоваться любым лицом без чьего-либо согласия или разрешения и без выплаты авторского вознаграждения». Это вообще кажется логичным и, по мнению многих, современные произведения тоже должны работать по системе общественного достояния, но это уже другая история, мы рассматриваем только те произведения, которые уже находятся в общественном достоянии соответственно действующему законодательству Российской Федерации.

### 3. Продвижение классического музыкального наследия и национального достояния

Возможностей для продвижения музыки вообще – великое множество. Не бесконечность, конечно, но набор инструментов действительно довольно широк. Если говорить о современных артистах, их проще всего продвигать с помощью социальных сетей: можно договариваться о размещении нужной информации в нескольких основных музыкальных «пабликах» и СМИ, нацеленных на целевую аудиторию артиста, устраивать концерты, запускать рекламу или ротацию на радио – и, в общем-то, этим можно и ограничиться, далее решает качество контента.

С общественным достоянием ситуация, безусловно, другая – здесь качество контента мы доказывать не должны, оно и так очевидно высоко, если мы вспоминаем о каком-то произведении прошлого. Есть и сложности: как заинтересовать аудиторию общественным достоянием или классическими произведениями? К тому же, в процессе предварительного осмысления данной работы, я столкнулась с проблемой: каковы цели такого продвижения? Просто приобщение массового населения к культурному наследию? Или мы постараемся влиять, например, только на молодежь? Вообще, какова наша аудитория?

Я пришла к выводу, что за целевую стоит принимать массовую аудиторию, и целями здесь действительно мы можем назвать образование, приобщение к культурному наследию, дань памяти ушедших творцов и т.д. Плюс здесь присутствует имиджевый компонент: мы должны сделать классику модной, и так можно привлечь достаточно значительную аудиторию.

Начнем с Интернета: безусловно, сейчас это основной источник распространения информации. Я уже упоминала про продвижение современных артистов в социальных сетях – почему не попробовать применить отчасти ту же технологию и для классических произведений? Существуют паблики и группы, посвященные как раз тем музыкальным произведениям, которые мы хотим популяризировать: от, например, паблика «Классическая музыка», захватывающего широкую категорию классической музыки (который, впрочем, от этого не становится мертвым и бесполезным – в этом паблике в отдельных темах участники живо обсуждают, кто их нелюбимый композитор, или исправляют ошибки аудиозаписей ВКонтакте) до групп вроде «Совджаз», которая специализируется только на «подпольном» советском джазе, или «околomuзыкальных» пабликов, например, «Classical Music Humour» (там собираются люди, имеющие хотя бы мало-мальское отношение к музыке, и обсуждают анекдоты или забавные картинки, так или иначе связанные с этим видом искусства). Эти ресурсы уже частично выполняют нашу задачу – классическая музыка действительно становится модной, как, впрочем, и все, что считается элитарным.

Кроме социальных сетей, существуют другие онлайн-ресурсы, которые тоже важно прорабатывать. Начнем с тематических сайтов, посвященных музыке конкретно или искусству и культуре в целом. Например, ресурс «Афиша.Волна» является достаточно популярным среди любителей музыки, обитающих в интернете. Однако материалов, хотя бы касающихся темы классической музыки, мы там найдем совсем немного, а уж о советской музыке там, скорее всего, не будет ничего. В данном случае я считаю это упущением, так как даже соответствующие рубрики (например, «Учебник») на сайте имеются.

Есть ресурс colta.ru, для которого тема искусства является одной из приоритетных. Как раз здесь мы находим даже отдельный раздел под названием «Академическая музыка». Но ресурс не является повсеместно популярным, у него есть своя довольно узкая аудитория, которая от понятия «массовая» достаточно далека.

Вообще, еще с курса третьего я испытываю лично для себя недостаток полноценного ресурса, посвященного музыке. Потом появилась «Волна», но минусы этого сайта я обозначила, но их список далеко не полон. Возможно, данную нишу в скором времени займет какое-то новое издание.

Не стоит забывать и про онлайн-ресурсы общей тематики, а также печатные СМИ. Здесь мы можем работать по системе «медиаарилейшнз» - отрабатывать информационные поводы. Простор для фантазии довольно широк. Не стоит, кстати, забывать в данном случае и о сопряженных с музыкой видах искусства – это балет, где чаще всего используются классические произведения, это опера, театр, кино... Работа по этим направлениям тоже может способствовать популяризации музыкального наследия.

Поговорим о радио – это, пожалуй, самый естественный канал продвижения музыкальной культуры. Существует, например, радио «Орфей», которое в своем эфире транслируют классические музыкальные произведения. Но если мы посмотрим на рейтинги<sup>4</sup> радиостанций, то увидим, что у радио «Орфей» довольно скромные показатели. В 2014 году, к примеру, закрылась радиостанция «Classic» - тоже из-за плохих рейтингов. Поэтому отдельные тематические радиостанции сами по себе не работают, интерес к ним станет скорее

---

<sup>4</sup> Аудитории радиостанций в Москве в сентября-ноябре 2014 г., рейтинг TNS Gallup Media, URL: [http://www.brand-radio.ru/serv\\_idP\\_52\\_idP1\\_108.html](http://www.brand-radio.ru/serv_idP_52_idP1_108.html)

следствием общественного интереса к классической музыке. Поэтому выход я вижу в одном: внедрять тематические передачи в эфир более популярных радиостанций. Здесь, разумеется, тоже существуют определенные трудности: вряд ли успешное рейтинговое радио согласится просто так менять свою сетку вещания.

Что касается телевидения, у нас есть телеканал «Культура», который прекрасно справляется с функцией продвижения культурного наследия. Федеральные каналы транслируют советские художественные фильмы, документальные фильмы о культурном наследии. Мы вряд ли многое узнаем о классической музыке из этих ресурсов, но, если говорить в общем, ТВ – не самое слабое место в этой системе. Есть еще такая вещь как музыкальные каналы. Но мы наблюдаем их умирание. К тому же их эфир посвящен в основном музыке современной.

Из других способов достижения цели популяризации музыкального наследия: возможно, стоит разработать некую концепцию социальной рекламы на эту тему. Можно снижать цены на билеты на балет, оперу, концерты классического искусства. Хотя существует, например Московский Международный Дом Музыки, который регулярно проводит концерты классической музыки, и билет туда можно приобрести по вполне вменяемой цене (примерно от 300 руб.). А вот представления в Московской Консерватории и Большом Театре, безусловно, посмотреть стоит уже гораздо дороже, и это далеко не все могут себе позволить.

Вспоминаются еще и рекламные ролики – казалось бы, никакого отношения к популяризации культурного наследия они иметь не могут, но мне так не кажется. Музыка из рекламы часто «идет в народ» - так почему не использовать в рекламе классическую музыку или музыку

общественного достояния? Между прочим, так же можно поступать и с фильмами. Многие классические произведения, использованные в нашумевших картинах, сейчас загружены на разнообразные гаджеты очень многих людей.

Не стоит забывать и о детской аудитории: мы вполне можем прививать ей привычку слушать произведения музыкального наследия с помощью каналов медиа. Одни детские радио чего стоят – они крайне популярны.

#### 4. Заключение

Таким образом, мы видим, что способов донести до массовой аудитории музыкальное достояние существует достаточно много, и перечислены они в данной работе, разумеется, далеко не все. Какие из них сработают – покажет только практика, так как вопрос достаточно сложный и до сих пор на серьезном уровне в нашей стране не проработанный. Радует только то, что тенденция к тому, чтобы классика становилась модной, безусловно есть – многие молодые люди гордятся тем, что слушают классику. Многие уже с раннего возраста воспитываются на классической музыке просто потому, что посещают музыкальную школу – и это наследие остается с такими людьми часто на всю жизнь. Выражаю надежду, что музыкальное наследие не позабудется и будет востребованно многими будущими поколениями.