УДК 347.78:681.854(430.3 + 437)(09) + 780.6.081(09) **О. В. Синеокий**

МУЗЫКАЛЬНАЯ ЗВУКОЗАПИСЬ КАК ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЧССР И ГДР

Рассмотрена история становления рекординговой индустрии в Чехословацкой Социалистической Республике и Германской Демократической Республике. Особое внимание уделено особенностям организации структуры грамзаписи в условиях социализма. Обоснована гипотеза, согласно которой музыкальная звукозапись является уникальным институтом социальной коммуникации. В связи с этим феномен музыкальной звукозаписи представляется в виде информационно-когнитивной модели, которая состоит из различных коммуникативных компонентов. Предлагаются практические пути решения некоторых поднятых вопросов, прежде всего, на правовом уровне.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Чехословакия, Германия, звукозапись, лейбл, грампластинка, музыка.

Музыкальная звукозапись является неповторимым, уникальным и самобытным феноменом, с присущими национальными традициями и другими определяющими чертами и особенностями. Роль музыкальной звукозаписи в изменении социально-информационной жизни социалистических государств во второй половине прошлого века была весьма значительна. История XX столетия дополняется новыми фактами не в последнюю очередь благодаря грамзаписи как институту социальной коммуникации, у которого в условиях закрытой идеологической системы было особое назначение. Поэтому исследование причин и условий становления и развития институтов грамзаписи в системе социальной коммуникации при социализме является актуальной научной проблемой.

К изучению различных проблем грамзаписи, истории грампластинки, а также исследованию современных социотехнологических реформаций в рекординговой сфере популярной музыки все чаще возвращаются современные российские и украинские исследователи: С. Агеев, Л. Антонов, А. Аршинов, С. Ахтямов, В. Бокарев, Т. Букина, В. Василевский, Л. Васильева, Е. Воронянский, А. Гаевский, В. Горбатов, А. Горохов, Ю. Гришин, Н. Зильбербрандт, А. Ильин, Г. Кнабе, В. Козин, А. Кочанов, Д. Кондаков, И. Кондакова, Н. Краснов, Я. Левчук, А. Муратов, Д. Муратова, В. Никамин, А. Петухов, А. Пройдаков, И. Савинков, Е. Савицкая, Ф. Софронов, А. Тихонов, С. Тихонов, А. Шерель и некоторые другие.

Из работ по истории грамзаписи популярной музыки в ГДР и ЧССР можно назвать исследования, посвященные в основном национальным особенностям музыкального рекординга. Это работы немецких (Р. Братфиш, М. Брюлл, Б. Мейер-Рахниц, Б. Раухут, М. Раухут и др.), чешских и словацких (Л. Бур-

---

СИНЕОКИЙ Олег Владимирович — кандидат юридических наук, доцент кафедры уголовного права и правосудия Запорожского национального университета, г. Запорожье, Украина (e-mail: olegwsineoky@rambler.ru).

© Синеокий О. В., 2013

лас, М. Ясловске, Л. Мокрий, Г. Гиланий, М. Титзлова, И. Марекова, М. Тесар, О. Регак, М. Балак, Й. Китнар, Й. Плоцек, Э. Миканова, И. Каянова, А. Опекар, М. Ясловски, О. Конрад, В. Линдаур, У. Юрик, Д. Шуаида и др.) исследователей, а также британского эксперта в области чешской музыкальной культуры профессора Грэма Мелвилл-Мейсона.

Вместе с тем, отдавая должное заслугам исследователей, следует констатировать, что феномен грамзаписи популярной музыки в социалистических странах в контексте общей истории второй половины XX в. изучен недостаточно. До настоящего времени не существует ни одной научной работы, посвященной системному анализу феномена восточноевропейской звукозаписи в условиях социализма.

Предметом статьи является история развития системы музыкальной звукозаписи в структуре массовых коммуникаций Чехословацкой Социалистической Республики и Германской Демократической Республики.

Это первое исследование подобной направленности на постсоветском пространстве, его ***цель*** заключается в изучении новых методологических подходов к пониманию системного объекта рекординга с учетом современных социально-коммуникационных информационных процессов в обществе.

В восточноевропейских странах, которые входили в бывшую социалистическую систему, один звукозаписывающий лейбл, но с разветвленной производственной инфраструктурой был в Венгрии — лейбл «Magyar Hanglemezgyarto Vallalat — Hungaroton» и торговые марки «Pepita», «Start», «Bravo», «Favorit», «Krem», «Qualiton». В ГДР также был один звукозаписывающий лейбл «Deutsche Schallplatten Berlin», но торговая марка имела другое название — «Amiga». Начала рыночной многовекторности звукозаписывающей индустрии пытались создать в трех странах — Чехословакии, Польше и Югославии. Далее переходим к детальному анализу структуры музыкальной звукозаписи как института социальной коммуникации Чехословакии.

В ЧССР во времена социализма действовали три основные фирмы грампластинок — *«Supraphon»*, *«Opus»* и *«Panton»*.

Предприятие под названием «Граммофонные заводы» («Gramophone Works») как юридическое лицо было зарегистрировано в 1948 г., в некоторых источниках датой создания указан 1947 г. [7, *61*]. С 1946 г. «Супрафон» («Supraphon») получил статус экспортного департамента головной компании «Gramofonove zavody» и одновременно стал ее торговой маркой [9, *1*]. В 1969 г. компания получила статус независимого издателя «Supraphon n. p.». К концу 1960-х гг. каталог компании активно пополняется исполнителями биг-бита, рок-н-ролла, записи которых, благодаря целенаправленной экспортной политике, также стали выпускаться за рубежом. Определенную конкуренцию составила новая компания «Panton», но она скорее была призвана уменьшить нагрузку на «Супрафон» из-за увеличившегося спроса на легкую и рок-музыку. Итак, в 1969 г. «Ultraphon» окончательно был преобразован в «Supraphon A. S.». С этого времени «Супрафон» является крупнейшей чехословацкой фирмой звукозаписи, выпускающей грампластинки, компакт-кассеты, а также книги и другие печатные издания по музыке.

Второй чешской рекорд-компанией стала фирма «Пантон» («Panton»). Изначально «Пантон», основанный в 1958 г. в г. Праге как издательская компания, специализировался на публикации и выпуске национальной музыки (особенно партитур), большей частью современных чешских композиторов. Первоначально «Пантон» действовал фактически в статусе дочерней компании или сублейбла головной фирмы ЧССР — «Супрафона».

С 1967 г. «Пантон» получил статус звукозаписывающего лейбла [13]. В других источниках указано, что в качестве рекординговой компании «Пантон» начал действовать с 1968 г. [12]. А некоторые вообще называют годом основания «Пантона» — 1971 г. Сферой деятельности «Пантона» стал выпуск грампластинок с современной классической музыкой чешских композиторов. В 1970-е гг. «Пантон» стал постепенно уходить от узкой специализации в сфере классической чешской музыки, навязанной ему «Супрафоном». В результате значительно расширился каталог музыкальных стилей — кантри, фолк, соул, джаз и джаз-рок, что существенно способствовало развитию музыкальной культуры в Чехословакии. Таким образом, наиболее активным периодом рекординговой деятельности лейбла «Пантон» следует считать время с момента образовании до середины 1990-х гг. В настоящее время чешская часть фонографического каталога «Пантона» принадлежит «Супрафону».

Словацкий филиал «Пантона», именуемый «Бонтон» («Bonton»), первоначально был также продан «Супрафону», но вскоре словацкую часть каталога выкупил «Опус» [16], ставший к тому времени полноценным словацким лейблом.

Лейбл «Бонтон», учрежденный в 1990 г., активно производил различную медиапродукцию, в том числе фильмы, видео- и радиозаписи, а также осуществлял рекординговую деятельность по записи музыкальных фонограмм. Но с 1993 г. в результате приватизации «Супрафон» получил статус мажоритарного акционера издательства «Bonton Supraphon Inc». Последнему принадлежат звукозаписывающие издательства «Albatros», «Bonton Film», «Bonton Music» и некоторые другие крупные компании в области культуры. Репертуар «Bonton Music» составляли чешский рок, поп, джаз и фолк, а «Супрафон», уже как структурное подразделение этой компании, с 1994 г. был сосредоточен главным образом на выпуске классической музыки. Данный юридический статус «Супрафона» сохранялся до 2008 г. С января 1998 г. фактически уже новый «Супрафон» попытался взять под контроль обе чехословацкие рекорд-компании, оставшиеся после распада ЧССР, — «Опус» и «Пантон». В феврале 1998 г. «Бонтон» и голландская фирма «Sony Software B. V.» создают совместное предприятие — акционерное общество, где 49 % акций оставалось за чешским собственником, а 51 % переходил к голландским партнерам [15, *761*]. Как юридическое лицо, лейбл «Бонтон» прекратил свое существование в 2003 г. С осени 2008 г. владельцем «Супрафона» становится «Music pro a.s.». Сегодня «Супрафон» продолжает лучшие традиции своей истории. Важной составляющей его звукозаписывающего бизнеса является издание классической музыки, благодаря этому лейбл известен буквально всему миру [10].

Третьей рекорд-фирмой ЧССР был словацкий лейбл «Опус» («Opus»), созданный 1 января 1971 г. в ЧССР как словацкий филиал головной чешской

компании «Супрафон». В 1986 г. «Опус» открыл свою собственную студию в Братиславе и в 1988 г. достиг пика популярности. К сожалению, «Опус» не имел своего завода и печатал пластинки на производственной базе «Супрафона» в Праге. Кстати, некоторые пластинки словацкого «Опуса» выходили на производственных площадях и при технической поддержке Апрелевского завода грампластинок. Гордостью «Опуса» можно было без преувеличения считать его фирменную студию звукозаписи, которая была сдана в эксплуатацию в декабре 1986 г. Во второй половине 1980-х гг. она была не просто лучшей студией в ЧССР, но и одной из лучших в Европе [1, *20–27*].

Уже к началу 1990-х гг. «Опус» одним из первых в индустрии граммофонной промышленности социалистических стран перешел на выпуск компакт-дисков для лазерных проигрывателей: за 1988 г. было выпущено 17 наименований CD, правда их стоимость в то время была достаточно высокой.

Существует и четвертая фирма грамзаписи, основанная еще во времена ЧССР, — «Slovart Records» (иногда указывается название «Slovart Music, s. r. o.»). Продюсерская работа была сосредоточена на записи и издании старинной музыки и музыкальных произведений, которые, как правило, не относятся к типичному репертуару других фирм грамзаписи. Фирма имела филиалы в Польше и Чехии. «Slovart Music» стал первым словацким лейблом, который записал и выпустил музыкальные треки многоканальных форматов SACD- и DVD-аудиоинформации [14].

Пятая звукозаписывающая компания ЧССР — это «Monitor-EMI». Первоначально компания «Monitor» была типичной новой небольшой рекординговой компанией, которая выпускала грампластинки и магнитофонные компакт-кассеты и имела весьма ограниченную региональную известность благодаря записям местных артистов, исполнявших панк-рок и паб-рок. Однако в ноябре 1989 г., вскоре после политических изменений в Чехословакии, компания приостановила свою деятельность. В 1990 г. компания возобновила ее с логотипом «Monitor Records Ltd.». В 1994 г. «Monitor» объединился с «EMI» и стал называться «Monitor-EMI» [6, *741–742*]. 29 марта 1999 г. произошло еще одно переименование — появился «EMI Czech Republic s. r. o.» [11]. 5 ноября 2001 г. компания трансформировалась в «Monitor-EMI s. r. o.», ее акционерами стали «EMI Group International B. V.» (85,7 %) и «Delta Holdings B. V.» (14,3 %). Музыкальная продукция преимущественно в виде CD выпускается под торговыми марками «Monitor», «Escape» и «Nejbr» [8]. Сублейблами являются «Monitor Slovakia» и «Reflex Records».

В Германской Демократической Республике единственной официальной звукозаписывающей компанией, просуществовавшей вплоть до 1990 г., была *«Deutsche Schallplatten Berlin»*. Широко известная торговая марка «Амига» («Amiga») была звукозаписывающим лейблом поп-музыки, входившим в структуру головной восточногерманской компании звукозаписи.

Первой компанией в послевоенное время стала частная «Lied Der Zeit GmbH», основанная 12 августа 1946 г. немецким актером и певцом-коммунистом Эрнстом Бушем с разрешения советской военной администрации. В том же году были образованы дочерние торговые марки компании: «Amiga» — для

легкой, развлекательной поп-музыки и «Eterna» — для классической и народной музыки. В некоторых других источниках указано, что звукозаписывающий лейбл «Амига» как структурное подразделение компании «VEB Deutsche Schallplatten Berlin» был создан годом позднее, т. е. в мае 1947 г. [5]. Называется и более точная дата создания «Амиги» как сублейбла «VEB Deutsche Schallplatten Berlin» — 3 февраля 1947 г. [3].

1 апреля 1953 г. компания была переименована в «VEB Lied Der Zeit», а в 1954 г. вошла в восточногерманскую государственную студию звукозаписи «VEB Berlin», находившуюся под контролем со стороны Министерства культуры ГДР, и наконец, 18 марта 1955 г. стала называться «VEB Deutsche Schallplatten Berlin» [17].

«Amiga» как лейбл был создан в Восточной Германии в 1954 г. под эгидой Министерства культуры. Предполагалось, что фонографическая продукция под торговой маркой «Амига» должна была охватывать весь спектр популярной музыки, в том числе бит, рок и поп-музыку, джаз, народную музыку и популярную инструментальную музыку.

У «Deutsche Schallplatten Berlin» был еще один сублейбл — «Aurora», который предназначался для переиздания творчества знаменитого немецкого актера, певца и видного деятеля международного коммунистического движения Эрнста Буша, к тому же являвшегося основателем «Lied der Zeit GmbH» (1946) — «Deutsche Schallplatten Berlin». Этот сублейбл действовал с 1967 по 1981 г.

3 февраля 1947 г. в ГДР был основана еще одна звукозаписывающая фирма — «Eterna», также предшественница «Deutsche Schallplatten Berlin», специализирующаяся на производстве классической музыки, политических песен, фолка, джаза и некоторых религиозных записей. И наконец, в ГДР с 1971 по 1989 г. действовал еще один сублейбл — «Nova», выпускавший исключительно виниловые грампластинки (т. е. этим сублейблом компакт-кассеты не выпускались) с музыкой различных жанров (блюз, джаз, рок и др.). Интересен тот факт, что на многих внутренних этикетках пластинок сублейбла «Nova» пояснительные надписи сделаны только на русском языке (например, «Суперпартии. Подбор современной популярной танцевальной музыки для юных слушателей»), а все остальные реквизиты — на немецком. На этикетках «Амиги» использовались пояснительные надписи на русском языке.

К концу 1980-х гг. «Амига» стала выпускать пластинки совместного производства при официальном участии западных партнеров. В связи с объединением Германии 3 октября 1990 г. практически сразу компания была переименована в «Deutsche Schallplatten GmbH» и под этим именем функционировала вплоть до конца 1993 г. За этот промежуток времени компания практически полностью постаралась перейти на выпуск музыкальной продукции на новых носителях — компакт-дисках. Однако в 1994 г. лейбл не прошел лицензирование(!) и утратил права на дальнейший выпуск музыкальной продукции в объединенной Германии. Тем не менее значительная часть «амиговского» каталога переиздавалась на компакт-дисках другими немецкими лейблами. Причем издатели, видимо из маркетинговых побуждений, иногда указывали традиционную марку «Амига» как известный бренд [4]. Таким образом, за период с 1947 по 1994 г. наследие

«Амиги» составило более чем 30 тыс. названий. В настоящее время «Амига» используется как торговая марка для выпуска записей периода ГДР.

Заметим, что лейбл «Амига» также имел западный сублейбл под наименованием «Bellaphon», основанный в 1961 г. Бранко (Браниславом) Живановичем, штаб-квартира которого находилась во Франкфурте-на-Майне [6]. По другим данным, «Bellaphon» был основан 25 ноября 1963 г. [5]. Именно благодаря этому сублейблу музыкальная продукция исполнителей из ГДР и других социалистических стран Восточной Европы становилась доступной в Западной Европе.

Итак, можно сделать вывод, что торговая марка «Амига» была создана единственной в ГДР звукозаписывающей компанией «Deutsche Schallplatten Berlin» как рекорд-лейбл со статусом юридического лица для производства, распространения и продвижения аудиозаписей на виниловых грампластинках и компакт-кассетах. Вместе с тем по отношению к «Deutsche Schallplatten Berlin» «Amiga» на протяжении всего периода своего существования — неполных сорока лет, с 1955 по 1994 г., — находилась в статусе дочернего лейбла (сублейбла), обеспечивая деятельность на международном рынке и некоторые другие коммерческие цели. Это вовсе не противоречит мировой практике, поскольку крупные фонографические компании могли иметь несколько сублейблов, которые, в свою очередь, сами также могли создавать дополнительные (дочерние для них) «сабы» и так далее по нисходящей, со всеми вытекающими организационно-правовыми ограничениями. Так, у «Амиги» был сублейбл «Bellaphon». Как правило, статусу юридического лица в этой организационной конструкции мог соответствовать каждый из составляющих ее структурных элементов, но вместе с этим могли быть и иные условия. Таким образом, сублейблы играли наиболее значимую роль в среде музыкального бизнеса. Очевиден также и тот факт, что торговая марка «Амига» юридически «пережила» как создавшую ее базовую компанию «Deutsche Schallplatten Berlin» и ее правопреемника «Deutsche Schallplatten GmbH», так и страну, в которой была создана (ГДР) [2, *296–303*].

Таким образом, музыкальная звукозапись (грамзапись, рекординг) каждой страны является неповторимым, уникальным и самобытным феноменом, с присущими национальными традициями и другими определяющими чертами и особенностями. Иными словами, можно сказать, что национальная музыкальная звукозапись — это в равной пропорции социально-политическое и музыкально-культурное лицо региона. Изучение истории компаний грамзаписи восточноевропейских стран и их продукции, как основного источника, позволяет проследить процесс становления мировой аудиоиндустрии и первичного аудиорынка во второй половине XX в.

Исследование подтвердило гипотезу о том, что во второй половине XX столетия сформировалось такое самобытное мультикультурное и достаточно целостное явление, как социалистическая школа звукозаписи поп-музыки.

В информационно закрытой идеологической системе в условиях социализма возник и получил самобытное развитие феномен грамзаписи, в содержание которого были вплетены особые компоненты, которые существенно отличали это явление от западной индустрии рекординга со своими социально-правовыми

парадоксами. Этот феномен имел неоднородную многоуровневую структуру и межинституциональные связи, одним из подтверждений чего являются рассмотренные чехословацкая и восточногерманская инфраструктуры музыкальной звукозаписи.

Общественные отношения, возникающие в процессе производства, выпуска и реализации грампластинок между автором, исполнителем, продюсером, звукозаписывающей компанией (лейблом), производственной организацией (заводом), оптово-розничной сетью (продавцами), субъектами информационно-рекламной деятельности (распространителями) и потребителями (покупателями), изначально являются экономико-технологическими, но на втором уровне своего развития трансформируются в социально-коммуникационные.

В последние годы утвердилось мнение, что высококачественной музыкальной продукции все же удавалось прорваться из социалистического лагеря к западному слушателю. Ставший во второй половине XX столетия особым типом музыкальной грамзаписи рекординг продолжает до сих пор оставаться уникальным институтом социальной коммуникации. Таким образом, можно согласиться с тем, что десятки (если не сотни) качественных музыкальных продуктов не только прорвались из социалистических стран к мировому слушателю, но и значительно обогатили западную поп- и рок-музыку уникальными метастилистическими находками и «своими» композиционными решениями.

Исходя из проведенного анализа, считаем гипотезу о том, что во второй половине XX столетия «социалистическая» музыкальная звукозапись являлась уникальным институтом социальной коммуникации, вполне доказанной.

Дальнейшие перспективы исследования видим в изучении особенностей рекординга (грамзаписи) как средства социальной коммуникации в других посткоммунистических странах, а также в детальном исследовании новейших тенденций, наметившихся в рекординговой и филофонической сферах. Сегодня даже возникают новые термины, такие как «метамузыка» и «постмузыка». Кроме того, одной из новейших субкультур стала «субкультура риперов». По своей сути этот вид деятельности представляет собой одну из форм проявления «пиратства». Требуют дальнейшего изучения вопросы обобщения и создания прогностической модели кодекса профессиональной и корпоративной этики в сфере звукозаписывающей деятельности (рекординга) и потребителей фонографической продукции (филофонистов) как универсального документа в данной области массовой коммуникации. Для этого необходимо совершенствовать механизмы правовой помощи (охраны) в сфере звукозаписи и повышать качество юридических услуг по сопровождению рекординговых проектов.

---

1. Показывают социалистические страны: Болгария, Венгрия, ГДР, Польша, Чехословакия, Югославия // Радио. 1975. № 9. С. 20–27.

2. *Синеокий О. В.* Политика организации индустрии грамзаписи в ГДР и особенности правового статуса рекорд-лейбла «Amiga» // Вісн. Донец. нац. ун-ту. Серэ В : Економіка і право. 2012. № 1. С. 296–303.

3. Amiga [Electronic resource] // Discogs. URL: www.discogs.com/label/Amiga.

4. Amiga (Plattenlabel) [Electronic resource] // Wikipedia. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Amiga_(Plattenlabel).

5. Bellaphon [Electronic resource] // Discogs. URL: www.discogs.com/label/Bellaphon.

6. Bellaphon Records [Electronic resource] // Wikipedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Bellaphon_Records.

7. Ceskoslovenska hudba no gramofonovych deskach: Ultraphon, Esta, Supraphon. Gramofonove zavody, V Praze, 1947.

8. EMI Czech Republic s. r. o. [Electronic resource] // Discogs. URL: www.discogs.com/label/EMI+Czech+Republic+s. r. o.

9. *Hennessey M*. Supraphon Comes of Age [Electronic resource] // Billboard. 1967. 23 Sept.

10. Historie Supraphonu [Electronic resource] // Supraphon. 2010. URL: http://supraphon.cz/cs/o-firme/historie/.

11. Monitor-EMI s. r. o. [Electronic resource] // Discogs. URL: www. discogs.com/label/Monitor-EMI+s. r. o.

12. Panton [Electronic resource] // Discogs. URL: www. discogs. com/label/Panton.

13. Panton Records [Electronic resource] // Wikipedia. URL: http://en.wikipedia. org/wiki/Panton_Records.

14. Slovart Music [Electronic resource]. URL: www.slovartmusic.sk/.

15. *Shepherd J*. Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World. Vol. 1 : Media, Industry And Society. L., 2003.

16. State Labels of Central Europe (1960–1990) [Electronic resource] // Europopmusic. URL: www.europopmusic.eu/Newsletters/Features/State_labels.html.

17. VEB Deutsche Schallplatten Berlin [Electronic resource] // Wikipedia. URL: http://de.wikipedia.org/wiki/VEB_Deutsche_Schallplatten_Berlin.

Статья поступила в редакцию 21.12.2012 г.

УДК 316.772 + 314.145

Е. А. Соколова

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИИ

Рассматривается отражение гендерных отношений в современных средствах массовой информации посредством стереотипов. Дано определение гендерному стереотипу, описаны его свойства, факторы формирования и уровни развития, выявлены противоречия между гендерными стереотипами как журналистским инструментом, способным прояснять или затуманивать картину мира.

К л ю ч е в ы е с л о в а: гендерные стереотипы, средства массовой информации.

Интерес ученых к гендерным отношениям в различных отраслях общественной жизни продолжает расти, несмотря на неоднозначное восприятие их в современном российском обществе. Гендерная проблематика, возникшая в связи с интенсивностью женского движения, попытками осмыслить роль женщины

СОКОЛОВА Елена Александровна — кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой литературы и журналистики Шадринского государственного педагогического института (e-mail: yasok. sokolova@yandex.ru).

© Соколова Е. А., 2013