УДК 111.85
DOI 10.52575/2712-746X-2025-50-1-224-227

Машина песен и культурный диалог
Рецензия на книгу: Джон Сибрук. Машина песен. Внутри фабрики хитов. М. : Ад Маргинем Пресс, 2023. 304 с.

Гэ Цзили, Чжоу Цзе
Белгородский государственный институт искусств и культуры
Россия, 308009, Белгород, ул. Королева, д. 7
joanna.jie.zhou@qq.com

Аннотация. В книге Джона Сибрука анализируется феномен массовой культуры и популярной музыки. Хит рассматривается как культурное явление, существенно влияющее на глобальные культурные индустрии. Отмечается, что появление цифровых технологий радикально изменило популярную музыку. В музыкальной индустрии появляется фигура автора хитов, который создает музыку новыми электронными средствами. Эти изменения приводят к возникновению фабрик хитов и популярных групп, специально созданных под запрос определенной аудитории и ее музыкальных и культурных предпочтений. Представленное исследование также ставит вопрос об универсальности производства хитов и зависимости от культурного контекста. Книга представляет интерес не только для историков музыки, но и для исследователей современной культуры.

Ключевые слова: культура, искусство, философия, музыка, производство, культурные индустрии, общество впечатлений

Для цитирования: Гэ Цзили, Чжоу Цзе. 2025. Машина песен и культурный диалог. Рецензия на книгу: Джон Сибрук. Машина песен. Внутри фабрики хитов. М. : Ад Маргинем Пресс, 2023. 304 с. *NOMOTHETIKA: Философия. Социология. Право*, 50(1): 224–227. DOI: 10.52575/2712-746X-2025-50-1-224-227

The Song Machine and Cultural Dialogue
Book Review: John Seabrook. The Song Machine. Inside the Hit Factory. Moscow, Ad Marginem Press Publishing House. 2023. 304 p.

Ge Zjili, Zhou Jie
Belgorod State Institute of Arts and Culture,
7 Korolev St, Belgorod 308009, Russian Federation
joanna.jie.zhou@qq.com

Abstract. John Seabrook's book analyzes the phenomenon of popular culture and popular music. Hit is considered as a cultural phenomenon that significantly affects global cultural industries. It is noted that the advent of digital technology has radically changed popular music. The figure of a hit writer who creates music using new electronic means is emerging in the music industry. These changes lead to the emergence of hit factories and popular bands, specially created to meet the needs of a specific audience and its musical and cultural preferences. The presented research also raises the question of the universality of the production of hits and the dependence on the cultural context. The book is of interest not only to music historians, but also to researchers of modern culture.

Keywords: culture, art, philosophy, music, production, cultural industries, impression society

© Гэ Цзили, Чжоу Цзе, 2025

For citation: Ge Zjili, Zhou Jie. 2025. The Song Machine and Cultural Dialogue. Book Review: John Seabrook. The Song Machine. Inside the Hit Factory. Moscow, Ad Marginem Press Publishing House. 2023. 304 p. *NOMOTHETIKA: Philosophy. Sociology. Law*, 50(1): 224–227 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-746X-2025-50-1-224-227

Джон Сибрук, американский культуролог, журналист и исследователь музыкальной культуры, автор книг «Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры», «Вспышка гениальности и другие правдивые истории изобретательства», «Машина песен. Внутри фабрики хитов» широко не известен русскоязычному читателю. Куда больше он знаком по своей журналистской деятельности, как автор The New Yorker с 1989 года. Изданная в 2015 году книга «Машина песен. Внутри фабрики хитов» посвящена такому явному и сложному феномену современной музыки, как хит. Структура книги образована переходом от самой материи «машины песен» – хита, его анализа и раскрытия сути, к исследованию производства хитов, музыкальной индустрии, истории ее успехов и неудач.

Мир современной музыки невозможно представить себе без такого явления, как хиты – произведения, которые становятся крайне популярными и которые знают все. В исследовании Джона Сибрука рассматривается механика создания хитов в современной музыкальной индустрии, скрытая от глаз потребителя музыкального продукта, простого слушателя, который включает радио в автомобиле и неосознанно начинает подпевать незнакомому исполнителю, и еще долгое время помнит слова песни. Это знакомо большинству из нас и представляет наш повседневный опыт, который мы редко пытаемся осмыслить. В этом нам может помочь книга Джона Сибрука, изучающего неуловимую «материю» хитов, без которых сложно представить популярную музыку в целом. Причем при всей изменчивости музыкальной моды, предпочтений слушателей, музыкальных стилей и направлений, наконец, самих песен, хит как явление остается постоянным.

За счет хитов исполнители получают большую часть своего дохода. Он гарантируется издательскими правами и правами на запись. Первые являются правами автора, а вторые – звукозаписывающей компании [Сибрук, 2023, с. 19]. И такая модель существовала достаточно долго, прекратив свое существование в 80-е годы XX века. Появление новых технологий в сфере хранения и передачи информации сделало невозможным дальнейшую продажу записей музыки в виде пластинок или дисков. Современные цифровые платформы предлагают ее бесплатно, иногда требуя плату за подписку. И это изменило общую логику музыкального рынка, открыв большие возможности как для неизвестных музыкантов, получивших шанс занять свою нишу, так и для музыкантов, имеющих свою аудиторию, пусть и небольшую.

Как следствие, в отношении хитов возникло предположение, что все произошедшее ставит крест на хитах как явлении. Однако сегодня можно уверенно говорить, пишет Сибрук, что хиты не только сохранились, это явление стало еще более глобальным. Хиты приспособились к новой логике потребления, основанной на бесплатном прослушивании и скачивании музыки, возможности беспрепятственно ею делиться и даже изменять под свои вкусы. Подобная «живучесть» хита делает его актуальным объектом исследования.

Джон Сибрук начинает свое исследование с имени Дэнниза Попа, основателя студии Cheiron. Именно он, по мнению автора книги, изменил направление культурных заимствований, которые происходили между США и Великобританией. Он пишет: «До Дэнниза Попа почти все хиты для крупнейших музыкальных рынков мира – США и Великобитании – писали американские, британские и совсем изредка австралийские композиторы» [Сибрук, 2023, с. 31]. В США происходил диалог между африканской и европейской культурой, а вернувшись в Европу, эта музыка изменялась под воздействием собственно европейской музыкальной традиции. Сибрук пишет, что такая тенденция

прослеживается с шестидесятых годов прошлого века, когда британцы познакомились с блюзом. И с рождением хитов ситуация развивалась аналогично, они рождались в пределах англоговорящего мира, исключением можно считать только Швецию, что объясняется большим процентом шведов, владеющих английским языком.

Эти аспекты культурного диалога были связаны с той формацией производства музыкального продукта, которая сложилась до «революции цифры» и появления электронной музыки. Фигура Дэнниза Попа интересна тем, что он увидел шанс для шведской музыки стать фабрикой хитов после произошедших изменений. Под «революцией цифры» мы понимаем множественные процессы, связанные с возможностью записи музыки на цифровые носители, соответственно их копирование и трансляцию, а также агрегирование на музыкальных цифровых платформах, обеспечивающих доступ пользователей. С теми же технологическими новациями связано и появление электронной музыки, изменившей распределение ролей в музыкальной индустрии. Возникает новый метод создания популярной музыки при помощи сгенерированных звуков и микса из уже существующих музыкальных произведений. Все эти изменения позволили «…продюсерам вроде Дэнниза Попа сменить роль повивальной бабки при музыкантах на роль творцов. Начиная с середины шестидесятых и эпохи чудес студийной работы Фила Спектора, Брайана Уилсона и Джорджа Мартина, профессия продюсера стала выходить за рамки простого сопровождения музыкантов – от производства записей, повторявших звучание в студии, до полноценного творческого сотрудничества… Все можно было делать "внутри коробки"» [Сибрук, 2023, с. 35]. И такие изменения следует признать глобальными, поскольку они сродни тем, которые произошли при переходе от средневековья к эпохе модерна, появлению авторства вообще [Андреева, 2017]. Только здесь наряду с певцом и композитором появляется автор композиции, тот, кто ее создает, но при этом, как, например, Дэнниз Поп, не умеет играть на музыкальных инструментах.

Сибрук рассматривает и другие аспекты современной машины по производству хитов. Они связаны больше с созданием не песни, а музыкальной группы. Рассматривается феномен популярных групп, которые производили хиты и были популярны благодаря попаданию в свою целевую аудиторию, вплоть до различных типажей в самой группе, которые были рассчитаны на разные возрастные и социальные категории. Но также их успех, как показывает Сибрук, был укоренен в культуре. Например, феномен популярности Backstreet Boys он связывает с традициями церковных мужских вокальных ансамблей.

Остается вопрос об универсальности этих механизмов. Ведь рассматриваемые в книге примеры имеют мировую известность. Насколько приведенные аспекты «работают» в другой культурной среде? На первый взгляд, они универсальны, поскольку хиты, рожденные западной «фабрикой хитов» имеют мировую известность. Однако ряд культурных архетипов совершенно точно не будут применимы к восточной культуре. И здесь необходимо искать ответы и предлагать решения на основе нового категориального аппарата.

Книга Джона Сибрука не только раскрывает «секреты» популярности всем известных групп, таких как The Beatles или The Chemical Brothers, но также секреты производства хитов, индустрии, которой нужна суперзвезда. Эта связь между исполнителем и песней раскрывается в контексте современных креативных индустрий и культуры постмодерна, технических инноваций в музыкальной сфере, без которых хит стал бы достоянием истории. Благодаря книге Джона Сибрука ответ на вопрос, почему мы подпеваем известные мелодии по пути на работу, становится очевиднее, как и обуславливает ряд других вопросов, в том числе универсальности выявленного производства хитов и их зависимости от культуры.

Список литературы

Андреева А.М., Борисов С.Н., Римская О.Н., 2017. Рождение культурного капитала. Капитализация знания от средневековья до нового времени. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право,* 24(273): 60-67.

Сибрук Дж. 2023. Машина песен. Внутри фабрики хитов. М., Ад Маргинем Пресс. 304 с.

References

Andreeva A.M., Borisov S.N., Rimskaja O.N. 2017. Rozhdenie kul'turnogo kapitala. Kapitalizacija znanija ot srednevekov'ja do novogo vremeni [The birth of cultural capital. The capitalization of knowledge from the Middle Ages to modern times]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Filosofija. Sociologija. Pravo,* 24(273): 60-67.

Sibruk Dzh. 2023. Mashina pesen. Vnutri fabriki hitov [The song machine. Inside the Hit Factory]. M., Ad Marginem Press. 304 p.

Поступила в редакцию 19.06.2024
Принята к публикации 28.02.2025

Received June 19, 2024
Accepted February 28, 2025

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Гэ Цзили, аспирант кафедры философии, культурологии, науковедения, Белгородский государственный институт искусств и культуры, г. Белгород, Россия.

Чжоу Цзе, аспирант кафедры философии, культурологии, науковедения, Белгородский государственный институт искусств и культуры, г. Белгород, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Ge Zjili, Postgraduate Student of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Science, Belgorod State Institute of Arts and Culture, Belgorod, Russia.

Zhou Jie, Postgraduate Student of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Science, Belgorod State Institute of Arts and Culture, Belgorod, Russia.