

## За тематичния брой „Музика, медии, дигитална култура“

Първото в България тематично академично издание, посветено на отношенията музика – медии, бе предложено през 2010 от списание „Българско музикознание“. Петнайсет години по-късно темата за музиката в контекстите на нови медии и дигитална култура става все по-предизвикателна. Изборът ѝ бе провокиран от актуалността на въпроса за технологичните промени, които – трансформират медийната среда – пряко влияят върху формите на създаване, функциониране и потребление на музиката; върху онези социални, икономически и други употреби, които променят музиката и нейните публики. Академичните прочити в този брой са привлечени от тягата на дигиталния обрат и динамиката на стилове, жанрове и аудитории в новата медийна музика. След дигиталния обрат и динамичните промени в мрежовите технологии и общество различни стилове и жанрове и техните автори, изпълнители и публики, които в предходната „аналогова епоха“ са подреждани в ясни *типологични* схеми, сега са все по-изпълзващи се от еднозначни и претендиращи за категоричност и окончателност прочити. Разбягващите се траектории на възможните отговори, пораждащи нови въпроси, обединяват иначе различните тематични орбити на статиите в този брой. Сред важните обрати в медийната музика е превръщането ѝ от културна в креативна индустрия.

Първото тематично поле в броя е свързано с промените в музиката и с нейното функциониране и рецепция в еволюиращите мрежи (интернет, WWW) през новото хилядолетие. В „Web 2.0 епохата“ различни сайтове за видеообмен и социални медии, като YouTube, стават генератори на нови средства, съдържания и публики – „ниемузиката“ и свързаните с нея „фолксономия“ (класифициране от потребителите), „култура на участието“ и „богато потребителско

изживяване“, овластяване на любителското масово участие и на софтуера. В настоящата реалност на „Web 3.0“, определяна като „семантична мрежа“, музиката е функция на синтезите на потребители и машини, на изкуствен интелект и облачни технологии.

Иванка Влаева осветява в статията си „Флашмоб – мобилност в дигиталния свят. Послания с музика“ обект на музикологически анализи, появил се през ХХI век – флашмоб и артмоб клипове, които представят музикалния пърформанс, разиграван на нови дигитални сцени. Хибридният характер на това явление е прочетен през динамичните отношения между организатори, артисти и публика, любители и професионалисти, в плана на неговите социални, естетически и търговски употреби. В това поле е и студията на Венцислав Димов върху ранните тиражирани (търговски) записи на българска традиционна и популярна музика върху 78-оборотови грамофонни плочи в YouTube. Метафората за „старото/новото вино в нови/стари мехове“ обозначава амбивалентността на локално и глобално, традиционно и модерно, свое и чуждо в носталгичните медийни реализации на исторически записи и свързаните с тях културни обмени и динамики. Други аспекти на кратките музикални видеа в мрежата проблематизира статията на дебютанта Емил Енев „Звук между платформите: трансмедийни разкази и музикални идентичности в ерата на кратките дигитални формати“. Тя разкрива как видеа в TikTok, Instagram Reels и YouTube Shorts трансформират не само начините за разпространение на музика, но и процесите по изграждане и поддържане на музикални идентичности.

Аспекти от ролята на новите медии и социалните мрежи осветява статията на Лозанка Пейчева „Музика и страсти в лабиринтите на мрежовото общество: съдбата на една народна песен“. Тя проследява множеството трансформации на една народна песен от 90-те години на ХХ век до наши дни – от популярен хит за медийните и концертните аудитории и музикалната културна индустрия до „процесна“ песен в креативните индустрии.

С различни аспекти на медийните въздействия и с различни родове и типове музика, музиканти и публика са свързани останалите две статии в тематичния брой. Това, което ги обединява, е фактът, че двете авторки са млади изследователки от Далечния изток, които продължават академичното си образование и специализация в България. Китайката Сихуи Ли изследва разпространението на оперни представления в „ерата на кратките видеоклипове“: предизвикателствата на дигиталната трансформация на съдържания, свързани с операта, интерактивното поведение на потребителите. Японката Аяно Тамаки предлага изследване на традиционна музика

ка и инструмент (български фолклор, гъдулка) в нови условия на музициране и нови медийни контексти.

Сбирката от текстове в този тематичен брой няма претенции да жалонира темата за музиката като част от актуалната дигитална медийна култура, а предлага скици към един динамичен медиен пейзаж, в който музиката и музициращите могат да бъдат реконструирани като пъзел от нови и пресичащи се средства и съдържания. Академични скици, които се включват в покана не само за академични разговори.

*Венцислав Димов*