



[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной

СТРАТЕГИИ МЕДИЙНОСТИ ПОПУЛЯРНЫХ КАВЕР-ИСПОЛНИТЕЛЕЙ: ФЕНОМЕН ЛЮСИ ЧЕБОТИНОЙ

Гуцариева Т. А.

студентка магистерской программы
«Продюсирование телевизионных программ»
Московского государственного университета имени
М. В. Ломоносова
(Москва, Россия)
gutstala@gmail.com

Евпак Е. Г.

продюсер, основатель лейбла “Media Sharks”
(Москва, Россия)
jane.yevpak@gmail.com

Аннотация:

В статье рассматривается вопрос о том, действительно ли контент с записями кавер-версий известных песен, публикуемый исполнителем в социальных сетях и новых медиа, добавляет позитивный эффект от восприятия медиа-образа исполнителя у целевой аудитории и подкрепляет медийность артиста. Приводится кейс-стади творчества музыкального исполнителя Люси Чеботиной. Сделан вывод о том, что выпуск кавер-версий в социальных сетях и новых медиа может повысить медийность исполнителя и помочь ему привлечь новых поклонников, а также позволить установить насыщенные связи между поклонниками и исполнителем вокруг любимых композиций.

Ключевые слова: кавер-песня, музыкальный исполнитель, социальные сети, медийный образ, популярность, медийность

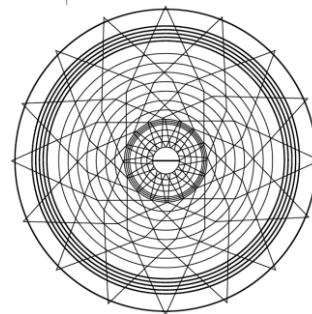
Введение

Настоящее исследование посвящено изучению феномена популярности российской певицы Люси Чеботиной. Выбор темы исследования определяется возможностью изучения и анализа тренда на создание кавер-версий музыкальных произведений, размещаемых в пространстве социальных сетей и новых медиа, как одного из способов продвижения артиста в медийном пространстве на примере кейса Люси Чеботиной, как яркого примера успешного перехода из кавер-артиста в популярного исполнителя и медийную личность.

[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной



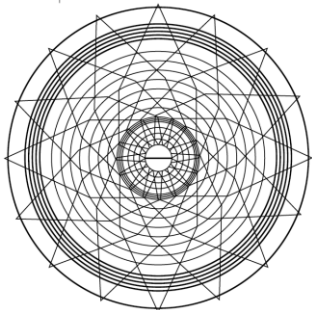
Теоретическими предпосылками к изучению проблематики продвижения музыкантов с помощью кавер-версий песен, публикуемых в социальных сетях, стал новый всплеск исследовательского интереса в академических публикациях к феномену кавер-версий, ремиксов и ремейков на популярные песни, описываемый в работах В. А. Гаврикова (2020), И. И. Жолнеровича и Д. В. Семенчука (2021) и Ю. В. Доманского (2006).

Наибольший интерес в этом контексте оригинальностью исследовательского подхода представляет публикация Виталия Александровича Гаврикова «Типология заимствований в песенной поэзии: интермедиаальный («синтетический») ракурс», который вводит собственную теоретическую модель для описания семиотических и лингвистических аспектов рассмотрения явления кавер-песен. Согласно предлагаемой автором модели (Гавриков, 2020, с. 29), медиа-тексты кавер-песен семиотически можно рассматривать как комплекс «субтекстов» (или текстов, находящихся внутри основного оригинального медиа-текста), содержащих несколько типов заимствований, включая:

1. целостное / полисубтекстуальное заимствование (или перепевку песни);
2. рече-исполнительское заимствование (называемое автором «артикуляционным субтекстом»);
3. цитация или заимствование музыкального субтекста;
4. музыкально-поэтические заимствования;
5. заимствование вербально-поэтического субтекста;
6. заимствования в визуальных субтекстах.

Понятие «субтекста» здесь для нас важно, поскольку оно иллюстрирует причинно-следственные взаимосвязи между медиапродуктами оригинальной и кавер-версий популярных песен. Далее в тексте статьи такая взаимосвязь будет интерпретирована в коммуникационную модель между артистом – исполнителем оригинальной версии популярной песни и артистом – исполнителем кавер-версии.

Актуальность нашего исследования обусловлена тем, что на примере артистки мы можем изучить достижение успеха на музыкальной эстраде и становление исполнительницы. Цель исследования заключается в том, чтобы на примере исполнительницы Люси Чеботиной выявить специфику медийной траектории артиста поп-сцены, исполняющего кавер-версии песен других известных артистов. Задача исследования – изучить возможности достижения успеха артистом, выбирающим модель продвижения на эстраду через исполнение кавер-версий песен, подобно Люсе Чеботиной.



[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

*Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной*

Исследовательский вопрос: как из кавер-певицы Люся Чеботина превратилась в самую востребованную стриминг-исполнительницу, и можно ли считать кейс Люси Чеботиной актуальным трендом эпохи?

Гипотеза исследования: контент с записями кавер-версий известных песен, публикуемый исполнителем в социальных сетях и новых медиа, добавляет позитивный эффект от восприятия медиа-образа исполнителя у целевой аудитории и подкрепляет медийность артиста.

Кавер-песни как форма медиакommunikаций: между интуицией, стратегией и тактикой

Популярная музыка стала одним из важнейших культурных явлений в 20-м и 21-м веках (Shuker, 2016). Изобретение средств вещания, новых систем звукозаписи и становление среднего класса способствовали массовому потреблению записанной музыки, что сделало ее одним из самых плодотворных видов бизнеса в сфере развлечений на сегодняшний день (Burnett, 1996; Carr, 2015). С начала XX века появились артисты и группы, которые за эти годы написали и исполнили тысячи популярных песен, отражающих тревоги, надежды и чувства общества. Местные традиции (фламенко, амба, кельтская музыка и т. д.) и новые технологические достижения (усилители, синтезаторы и т. д.) привели к распространению жанров и стилей, которые обогатили музыкальное самовыражение и позволили передать новые музыкальные формы следующему поколению (Borthwick, Moy, 2015).

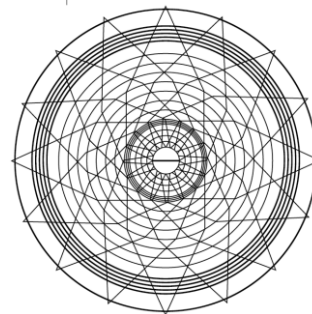
Одним из элементов, который раскрывает наследственный характер популярной музыки, являются кавер-версии, адаптация или ремейк песен. Кавер-версия – это новая запись музыкального произведения, первоначально написанная или исполненная другим музыкантом. Эти признания приводят к установлению связей между исполнителями и иллюстрируют музыкальное влияние солистов или групп, одновременно оценивая влияние карьеры исполнителей в конкретных музыкальных сообществах.

Феномен исполнения музыкантами кавер-версий оригинальных произведений известных артистов имеет отношение к явлению «референции»: конкретности смыслового сообщения в музыкальном медиапродукте артиста, транслируемого слушателю / подписчику, и влияющего на коммерческие показатели конечного медиапродукта данного исполнителя, основанного на исполнительской интерпретации оригинального музыкального произведения (Игламова, 2016). В статье «Музыкальное исполнительство в референциях начала XXI века» А. А. Игламова приводит в качестве примеров явлению референции музыкально-

[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

*Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной*



исполнительское творчество Анны Нетребко и Дениса Мацуева, доказывая, что исполнитель-музыкант постоянно в своей перформативной практике находится в общении и с композитором, и со слушателем музыкального произведения (Игламова, 2016, с. 243). В случае кавер-исполнений известных песен автор кавер-версии общается не только с композитором и слушателем, но и с музыкальным коллективом или соло-артистом, исполняющим оригинальную версию популярной музыкальной композиции.

Развитие Интернета, социальных сетей и видеохостингов привело к появлению специализированных музыкальных баз данных, которые начали собирать и публиковать информацию об исполнителях, дисках, песнях и стилях (Schroeder, 2003). Основной целью этих сервисов было продвижение каталогов дисков и сохранение интеллектуальных прав (Cohen & Baker, 2015). Allmusic, Discogs и MusicBrainz – это всего лишь несколько открытых музыкальных ресурсов, которые предоставляют подробную информацию о коммерческих музыкальных записях. Все эти платформы предоставляют большой объем данных, которые могут расширить наши знания о современной популярной музыке с количественной точки зрения.

Анализируя причины популярности кавер-версий известных хитов, можно отметить, что кавер-версии популярных песен, созданных в прошлом, позволяют вспомнить любимые композиции и насладиться их новой интерпретацией. Кроме того, кавер-версии позволяют сделать старые композиции более доступными и интересными для современной аудитории, дают возможность музыкантам проявить свою креативность и экспериментировать с музыкальным материалом.

В современных реалиях, в условиях стремительного развития социальных сетей и новых медиа, кавер-версии музыкальных хитов также становятся одним из инструментов формирования медийного образа исполнителя. Это связано с тем, что слушатели, отдающие предпочтение кавер-версиям, часто смотрят на конкретных исполнителей, которые представляют эти песни в новой интерпретации. Их уникальный медийный образ и стиль привлекают широкую аудиторию. Кавер-версии также могут стать способом для молодых исполнителей привлечь новую аудиторию и занять новую нишу в музыкальной индустрии.

Поскольку в нашем исследовании мы обращаемся к категории «медийности» артиста, которая выражается в количестве упоминаний об артисте и связанных с его деятельностью инфоповодов в цитируемых новостных ресурсах и авторитетных онлайн-СМИ, вызывает интерес моделирование стратегий



[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

*Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной*

приобретения артистами медийности и реконструкция стратегии продвижения артиста, публикующего кавер-версии известных песен с прицелом на дальнейшее «попадание» такого контента в цитируемые издания.

Для эмпирического моделирования стратегий продвижения артистов обратимся к классификации стратегий продвижения по Тео Ван Льювену: в своей статье «Легитимация дискурса и коммуникации» исследователь выделяет четыре основные дискурсивные стратегии (Lewin, 2007):

1. стратегию апелляции к авторитету;
2. стратегию моральной оценки;
3. стратегию рационализации;
4. мифопоэтическую стратегию.

Для нас ввиду специфики песенного творчества наиболее релевантными будут первая и четвёртая стратегии: на примерах, рассмотренных в кейс-стади, мы докажем, что апелляция к авторитетам популярных артистов оказывает позитивное влияние на медийность развивающегося артиста, а поскольку каждая песня как объект интеллектуальной собственности, содержащий музыку и поэтический текст, возможно рассмотреть стратегию приращивания мифопоэтических нарративов в процессе творческой «коммуникации» кавер-версии песни с её оригиналом, и, как следствие, имиджевой конвергенции основного и кавер-артистов.

Таким образом, создаваемая кавер-версия песни во многом неразрывно связана с образом самого исполнителя, а современные технологии позволяют кавер-исполнителям использовать, в частности, возможности социальных сетей для формирования и подкрепления своего привлекательного для публики медийного образа через размещение аудио и видео контента в социальных сетях, что, например, в случае исполнительницы Люси Чеботиной способствовало ее росту и переходу в разряд популярных эстрадных артистов.

В рамках данной статьи представлены результаты кейс-стади феномена Люси Чеботиной, а также других исполнителей (Nechaev, Boyce Avenue, Postmodern Jukebox, Pentatonix) для исследования возможности подтверждения выдвинутой гипотезы.

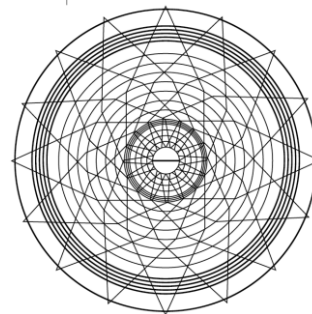
Феномен кавер-исполнений хитов в социальных сетях

В современной популярной музыке кавер-версии или адаптация предыдущих песен сигнализирует о дане уважения или переработке популярных хитов, что подразумевает признание оригинальных музыкантов. Эта связь может быть истолкована как форма музыкального влияния среди исполнителей.

[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной



Феномен популярности кавер-артистов в социальных сетях изучали многие авторы. Приведём несколько примеров.

В 2017 году исследователи из Университета Нового Южного Уэльса (Австралия) опубликовали статью "Доходность кавер-исполнителей в YouTube: использование пиратства для коммерческой деятельности". Авторы статьи исследовали доходность кавер-артистов на YouTube и пришли к выводу, что большинство из них используют пиратский контент (используют песни, защищенные авторским правом) и получают доход от рекламы, что показывает необходимость более строгого контроля за авторским правом на этой платформе (Strank, 2021).

В 2019 году Джессика Хукер и Наташа Москвич из Университета Уэстерн Онтаро (Канада) опубликовали исследование "Политика популярной музыки в эпоху цифровых технологий: кавер-исполнители в YouTube". Авторы изучали популярность кавер-артистов на YouTube и обсуждали вопросы авторских прав, влияния кавер-исполнений на оригиналы и проблемы, связанные с коммерциализацией кавер-исполнений в этой платформе (Jandric, 2019).

В 2020 году Эндрю Дэсмонд и Ханна Хельсен из Университета Теннесси (США) опубликовали исследование "Популяризация кавер-версий на YouTube". В нем авторы исследовали динамику популярности кавер-версий на YouTube, анализировали тенденции и поисковые запросы пользователей и рассматривали влияние платформы на музыкальную индустрию и поведение слушателей (Fraser, Crooke, 2021).

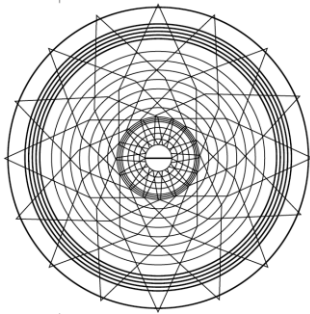
Существует множество причин, по которым кавер-исполнители становятся популярными в социальных сетях. Рассмотрим некоторые из них:

Возможность привлечь внимание аудитории

Кавер-исполнения могут быть оригинальными и уникальными, что может привлечь большое количество просмотров и привлечь внимание аудитории, особенно если исполнитель создает интересный видеоконтент, используя разные техники съемки или спецэффекты.

Возможность расширить свою аудиторию

Представляя кавер-версии на популярные песни, исполнитель может привлечь слушателей, которые уже знакомы с оригинальными исполнителями, но не слышали собственную музыку данного исполнителя.



[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной

Возможность проявить свой творческий потенциал

Кавер-исполнения могут быть уникальными и позволять артистам показать свои собственные интерпретации популярных песен, что может быть интересным для их поклонников.

Возможность продвижения артиста

Кавер-исполнения могут помочь артистам заявить о себе как о талантливых исполнителях, привлечь внимание индустрии и тем самым продвинуть свою музыку.

Возможность заработка

Кавер-исполнители могут зарабатывать деньги на платформах, размещая свои видео ролики, привлекая поклонников и получая доход от рекламы, пожертвований или продажи своих песен в онлайн магазинах.

При этом, следует отметить, что кавер-версии песен определенно могут стать более популярными, чем оригинал. Это может быть удача, или выбор времени, или просто изменение способа исполнения песни, которое поднимает популярность ремейка на более высокий уровень. И в некоторых случаях единственная причина, по которой песня вообще становится популярной, – это ремейк другого исполнителя.

При этом кавер-версия может стать определяющей в карьере музыканта. Это может быть либо фантастическим, либо крайне разочаровывающим для исполнителей, создающих хиты. В некоторых случаях запоминается именно кавер-версия, а не собственная работа исполнителя. Например, у Soft Cell было 12 синглов, попавших в английские чарты, но они считаются чудом с одним хитом, и так случилось, что этим хитом стала кавер-версия песни Глории Джонс “Tainted Love”¹.

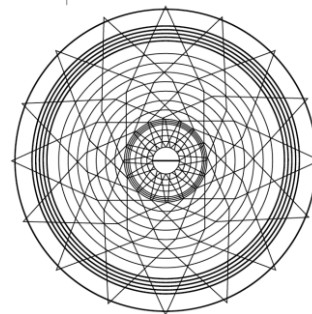
Противоположный пример: “Nothing Compares 2 U” – это кавер-версия Шинейд О'Коннор, записанная на песню, которую Принс отбросил в сторону и использовал на альбоме, который он записал с The Family (фанк-группой, которую он создал). Они взлетели прямо в чарты и получили MTV Music Awards в 1990 году. К счастью для поклонников обоих артистов, и у О'Коннор, и у Принса были успешные музыкальные карьеры и другие хитовые песни помимо этой.

¹ Rachel. (2021, December 10). Can cover songs be more popular than the originals? untappedsound.com. <https://untappedsound.com/can-cover-songs-be-more-popular-than-originals/>

[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной



Кейс-стади стратегии Люси Чеботиной

Людмила Чеботина родилась в Петропавловске-Камчатском 26 апреля 1997 года. Профессионально училась вокалу, а также сама его преподаёт. По данным профиля певицы на сайте телеканала «Музыка Первого», она окончила «Государственный музыкальный колледж эстрадного и джазового искусства», имеет диплом педагога по эстрадно-джазовому вокалу.

В одном из интервью певица рассказывает, что связь с музыкой появилась в ее жизни уже в младенчестве. Голос новорожденной девочки был настолько запоминающимся, что ее без труда узнавали среди других грудничков. В роддоме будущую звезду Рунета прозвали "Зыкина" – есть предположение, что свое имя она получила как раз в честь великой певицы Людмилы Зыкиной)².

Впервые Люся оказалась на сцене в четыре года, в родном Петропавловске-Камчатском, и сразу поняла, что эстрада – это ее призвание. Через год семья переехала в Москву, там Люся не упускала ни одной возможности проявить себя. «Ералаш», школьный театр, всевозможные конкурсы и концерты для детей – будущая знаменитость, кажется, поучаствовала везде, где только могла.

В 2015 году дошла до четвертьфинала украинской версии телешоу «Голос». Кроме того, участвовала в индийском телевизионном конкурсе Dil Hai Hindustani, в котором исполняют песни из болливудских фильмов. Принимала участие в проекте «Главная сцена» на телеканале «Россия-1». Была признана самой стильной участницей конкурса «Новая волна 2017».

Согласно распространённой биографии певицы, цитируемой А. Мажаевым в рецензии на её дебютный альбом, «популярность» пришла абсолютно неожиданно. Однажды вечером девушка выложила в инстаграм кавер-версию песни, а проснувшись утром, обнаружила, что число ее подписчиков резко возросло³.

В 2021 году Люся выпустила студийный альбом The End. Ведущий сингл с альбома «Солнце Монако» уже к середине ноября занял 6 строчку в Apple Music и чарте ВКонтакте, затем добрался до 2 места в Яндекс Музыке и до 63-го – в мировом топе Shazam.

Один из случаев ее заметных появлений в медиаполе – это успех ее кавер-версий на песни американской певицы Билли Айлиш (Billie Eilish). В 2019 году Люся

² Рубан, М. (2019). Интересные факты из жизни Люси Чеботиной: история успеха и биография. ХОЧУ.Уа. <https://hochu.ua/cat-stars/novosti-shou-biznesa/article-95015-interesnyie-fakty-iz-zhizni-lyusi-chebotinoy-istoriya-uspeha-i-biografiya/>

³ Новак, М. (n.d.). Люся Чеботина: «Были периоды, когда я была на пороге депрессии. Юра меня очень поддерживал». starhit.ru. <https://www.starhit.ru/interview/lyusya-chebotina-byli-periody-kogda-ya-byla-na-poroge-depressii-yura-menya-ochen-podderzhival-856338/>



[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

*Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной*

Чеботина выложила на свой канал в YouTube каверы на песни "Bury a Friend" и "Bad Guy" Билли Айлиш, которые набрали миллионы просмотров и лайков у пользователей социальных сетей⁴.

После того, как "Bad Guy" заиграл в японских караоке-барах, Люся Чеботина начала получать предложения на выступления и загрузку своих кавер-версий на iTunes. Каверы на песни Билли Айлиш также дали Люсе Чеботиной рост популярности не только в Украине, но и в других странах, таких как Россия и США.

Через некоторое время Люся Чеботина выпустила собственный альбом "Инопланетянка", где представлены как авторские песни, так и кавер-версии на песни знаменитых исполнителей. Кроме того, Люся Чеботина активно работает над созданием видео-контента, который также популяризирует ее музыку и помогает установить более тесный контакт с ее фанатами в социальных сетях (Рубан, 2019).

Успех Люси Чеботиной во многом связан с тем, что она обладает не только яркой вокальной манерой, но и способна к созданию продуманных аранжировок и исследованию новых музыкальных направлений. Она также активно использует социальные сети, чтобы поддерживать контакт со своими поклонниками, что дает ей возможность непосредственно участвовать в формировании своего образа и творческого концепта.

Таким образом, Люся Чеботина показывает, как упорством и трудом артистка добилась высот. Благодаря многогранности своего творчества и трудолюбию Люся смогла стать самой востребованной стриминг-исполнительницей.

Ключевым фактором успеха Люсии Чеботиной - ее необычный вокал и стиль исполнения. Чеботина всегда уделяет большое внимание подготовке к своим выступлениям, не ограничиваясь обычным караоке-подходом. Она изменяет аранжировки, добавляя элементы джаза, электронной музыки и других жанров.

Кроме того, Чеботина очень активная в социальных сетях и использует их для продвижения своего творчества. Она регулярно выкладывает короткие видео на своих страницах в Instagram (продукт Meta, с сентября 2022 г. социальная сеть Instagram признана иноагентом в России) и VK, что помогает ей поддерживать контакт с поклонниками и привлекать новых фолловеров.

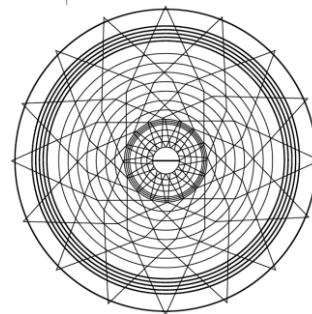
Еще одним фактором успеха стала ее работа с продюсерским центром IRL Group, который успешно продвигал ее музыкальную карьеру. Специалисты продюсерского центра подобрали артистке репертуар, в котором сочетаются новые песни и кавер-версии классических треков, что способствует максимальной популярности.

⁴ tntmusic.ru. (n.d.). Люся Чеботина о двенадцати «платинах» и новом треке. <https://tntmusic.ru/18430-lyusya-chebotina-o-dvenadcati-platinakh-i-novom-treke/>

[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной



Кроме того, Чеботина регулярно выезжает на концерты и фестивали в России и за рубежом, что помогает расширять ее аудиторию и продвигать свою музыку. Ее музыкальный успех не только подтверждается ее кругом поклонников, но также обеспечивает многомиллионные просмотры на YouTube и имеет значительный вклад в музыкальный рынок в России⁵.

Следует отметить, что кейс Люси Чеботиной не является уникальным, подтверждением этому служат примеры, как российских, так и зарубежных исполнителей, которые стали популярными именно благодаря кавер-версиям современных популярных музыкальных произведений. Например, команда *Boyse Avenue* – это американская кавер-группа, которая начала загружать свои каверы на YouTube в 2007 году. Их каверы были хорошо продуманы и часто были дуэтами с другими известными певцами. В настоящее время у *Boyse Avenue* более 12 миллионов подписчиков на YouTube и успешная карьера.

*Postmodern Jukebox*⁶ – это американская кавер-группа, которая известна своим подходом к переосмыслению популярных песен в старом стиле. Вместо новомодных электронных эффектов, группа использует живые инструменты, такие как клавишные, тромбон и скрипка, чтобы придать песням более джазовый звук. *Postmodern Jukebox* начали свою карьеру в 2011 году, выкладывая свои видео на YouTube. В настоящее время они имеют более 4,5 миллиона подписчиков и сотрудничают со многими известными певцами и музыкантами.

*Pentatonix*⁷ – это американская а капелла-группа, известная своими каверами знаменитых песен. Группа объединила свои силы и начала давать концерты вслед за победой в шоу "The Sing-Off" в 2011 году. *Pentatonix* загружали свои каверы на YouTube и впоследствии стали одними из самых популярных музыкальных коллективов. В настоящее время у них более 15 миллионов подписчиков на YouTube, и они получали премии *Grammy* и другие награды за свою музыку.

В российском сегменте блогер *Nechaev*⁸ (настоящее имя – Андрей Нечаев) стал популярным благодаря своим кавер-версиям популярных песен, которые он исполняет на своем YouTube-канале. Его каверы отличаются не только высоким качеством исполнения, но и собственной интерпретацией оригинальных песен.

⁵ Люся Чеботина. (n.d.). SRSLY: Медиа О Блогерах, Инфлюенсерах и Инсайдерах. <https://srsly.ru/person/show/2273/>

⁶ Официальный сайт *Postmodern Jukebox*. <https://postmodernjukebox.com/postmodern-jukebox/>

⁷ Официальный сайт группы *Pentatonix*. <https://www.home.ptxofficial.com>

⁸ Официальный YouTube-канал блогера *Nechaev*. https://www.youtube.com/channel/UCogsYRD3S-R44hG_OsP0iQg



[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

*Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной*

Феномен популярности кавер-версий песен блогера Nechaev можно объяснить несколькими описанными ниже причинами.

Стиль исполнения. Nechaev исполняет популярные песни в своем уникальном стиле, включая в них элементы рэпа и альтернативной музыки. Это придает песням особый звук и привлекает внимание слушателей.

Качество звучания. Записи блогера Nechaev отличаются высоким качеством звука и профессиональным исполнением. Это позволяет слушателям наслаждаться музыкой в полной мере.

Актуальность. Блогер Nechaev постоянно выпускает новые кавер-версии на популярные песни, которые актуальны для молодежной аудитории.

Продвижение в соцсетях. Нечаев сильно продвигает свои каверы в социальных сетях, таких как Instagram и TikTok, что позволяет ему привлекать большую аудиторию и увеличивать свою популярность.

Благодаря всем этим факторам Nechaev стал одним из самых популярных блогеров, выпускающих кавер-версии популярных песен в России.

Дискуссия и выводы

Феномен кавер-исполнений хитов в социальных сетях означает, что все больше артистов записывают свои версии популярных песен и выкладывают их на платформы типа YouTube, Instagram или TikTok. Это явление породило несколько новых трендов и является важной частью современной музыкальной индустрии.

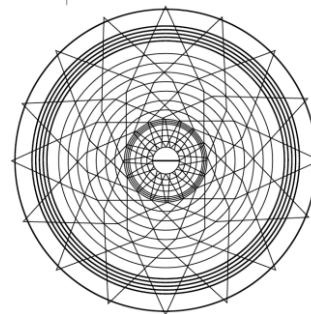
Подобно Люсе Чеботиной, развивающийся исполнитель может привлечь внимание гипотетической целевой аудитории к своему личному бренду, создавая интересный аудиториям топ-звезд нарратив вокруг популярных песен из топ-чартов и музыкальных новинок медийных артистов, тем самым обращая внимание на себя и опубликованные на видеохостингах и в социальных сетях исполнительские интерпретации оригиналов песен, а затем – представить собравшейся аудитории музыкальный продукт собственного творчества, и далее комбинировать оба нарратива, выстраивая повествование вокруг индивидуального восприятия хитов популярных артистов и вокруг собственного музыкального творчества, обогащая последнее дополнительными сюжетными линиями.

Одной из причин популярности кавер-исполнений является то, что они помогают молодым артистам привлечь внимание к своему творчеству и расширить свою аудиторию. Кавер-исполнения, особенно в сочетании с привлекательным визуальным содержанием, могут быстро стать вирусными и пойти волной через социальные сети и интернет.

[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

*Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной*



Кроме того, кавер-исполнения позволяют артистам показать свою творческую сторону и сделать популярную песню своей собственной. Это может изначально привлечь внимание к исполнителю, особенно если он может создать уникальный видеоряд и звук.

Кавер-исполнения могут также стать мощным инструментом в продвижении музыкальных компаний и звукозаписывающих студий. Например, они могут использовать кавер-исполнения, чтобы продвигать новых исполнителей на рынке, а также создавать новые хиты на основе популярных композиций.

Несмотря на все преимущества, кавер-исполнения также могут вызывать проблемы, связанные с вопросами очистки или деления объёма авторских прав на песни, которые исполняются. Артисты, выпускающие кавер-версии, должны приложить достаточно усилий, чтобы убедиться в том, что они имеют права на ремиксирование песни, а также соблюдать правила социальных сетей.

Кавер-артисты уже давно являются популярными исполнителями в социальных сетях. Они пользуются интересом зрителей и легко привлекают внимание своими исполнениями известных песен, которые зрители уже знают и любят. Кроме того, эти исполнители могут представлять различные музыкальные жанры и стили, что делает их доступными для широкой аудитории.

При этом существуют определенные проблемы, связанные с авторскими правами и использованием защищенного контента. Некоторые кавер-исполнители используют пиратский контент и получают доход от рекламы, что зачастую приводит к конфликтам с законодательством. Также возникают вопросы оригинальности и инноваций, поскольку кавер-версии часто повторяют уже известные решения и не предлагают ничего нового.

Тем не менее, феномен популярности кавер-артистов демонстрирует, что социальные сети предоставляют новые возможности для продвижения творческих работ, создания собственного бренда и установления более тесного контакта с поклонниками. В этой связи, для музыкантов важно поддерживать баланс между использованием популярных треков и созданием оригинальных композиций, чтобы продемонстрировать свой творческий потенциал и не создавать неприятных конфликтов с правообладателями.

Таким образом, феномен популярности кавер-артистов в социальных сетях подразумевает как положительные, так и негативные стороны. Важно, чтобы исполнители учитывали правила и законы, и не забывали оригинальность и творческий потенциал в целях создания качественного контента для музыкальных поклонников.



[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

*Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной*

Можно сказать, что приобретение популярности и широкой известности музыкальными исполнителями через социальные сети является современным трендом. Социальные сети, такие как YouTube, Instagram, TikTok и другие, предоставляют музыкантам широкую аудиторию, которую они могут привлечь, загружая свои песни и клипы в Интернет.

Многие современные звезды музыки, такие как Justin Bieber, Shawn Mendes, Camila Cabello и многие другие, начинали свою карьеру, записывая песни и видео на YouTube или Instagram. Эти социальные платформы позволяют музыкантам выйти за рамки традиционной индустрии музыкального бизнеса, получить большую самостоятельность и контроль над своей карьерой, а также привлечь молодую аудиторию.

Кроме того, социальные сети позволяют музыкантам установить прямую связь со своими поклонниками и получать обратную связь на свои песни и клипы. Таким образом, социальные сети предоставляют музыкантам большую свободу и контроль над своим творчеством и позволяют им достичь мирового успеха независимо от географического местоположения.

Несмотря на то, что социальные сети могут предоставлять музыкантам множество новых возможностей, существуют и ряд опасностей и недостатков этого явления:

Короткий срок успеха

В социальных сетях постоянно меняются мода и тренды, что может привести к тому, что музыкант, достигший популярности в одном социальном ресурсе, может потерять свою аудиторию в других, если не удастся быстро адаптироваться к изменениям.

Проблемы с авторскими правами

Загрузка музыки в социальных сетях может привести к возникновению проблем с авторскими правами, особенно если эта музыка является кавер-версией популярной песни. Это может привести к штрафам или даже к судебным разбирательствам.

Репутационные риски

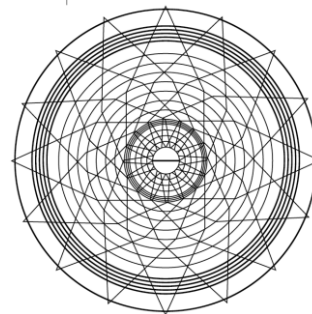
Известность и популярность в социальных сетях могут привести к тому, что музыкант станет целью для критики со стороны публики. Особенно когда мнения и вкус молодой аудитории быстро меняются.

Ограничение креативности

[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной



Для того чтобы привлечь свою аудиторию и сохранять ее интерес, музыкант может часто придерживаться определенных форматов или жанров музыки, что может ограничить его креативность и разнообразие творчества.

Спешное решение о подписании контракта

Многие музыканты, которые становятся популярными в социальных сетях, могут получать предложения о контракте от крупных звукозаписывающих компаний или менеджеров, которые могут навязывать условия, не всегда выгодные для музыканта.

Таким образом, несмотря на то что социальные сети могут быть мощным инструментом для продвижения музыки и достижения популярности, музыканты должны быть готовы к определенным рискам и грамотно использовать социальные сети для достижения своих целей.

Заключение

Подводя итог, следует отметить, что кейс-стади исполнителя Люси Чеботиной показывает, что контент с записями кавер-версий известных песен, который публикуется исполнителем в социальных сетях и новых медиа, действительно может добавлять позитивный эффект от восприятия медиа-образа исполнителя у целевой аудитории и подкреплять медийность артиста.

Этот тип контента может помочь исполнителю привлекать аудиторию. Кавер-версии популярных песен уже знакомы и любимы многими людьми, что значительно увеличивает шансы на то, что контент исполнителя будет просмотрен и оценен широкой аудиторией. Кроме того, у артиста появляется возможность показать свое музыкальное мастерство без существенных финансовых затрат на первоначальном этапе.

Исполнение кавер-версий известных песен может быть отличным способом продемонстрировать музыкальное мастерство исполнителя. Такой контент также может помочь установить связь со слушателями и показать свое творческое видение уже известного трека. Отдельные кавер-версии могут передавать культурную связь с предыдущими поколениями музыкантов, а также позволяют исполнителю дать собственную интерпретацию песен, которые были написаны до его рождения. Кавер-версии также могут помочь исполнителю привлечь слушателей, которые ищут новые версии популярных песен, и помочь расширить свою аудиторию.

Таким образом, выпуск кавер-версий в социальных сетях и новых медиа может повысить медийность исполнителя и помочь ему привлечь новых поклонников, а



[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

*Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной*

также позволить установить насыщенные связи между поклонниками и исполнителем вокруг любимых композиций.

БИБЛИОГРАФИЯ

Гавриков, В. А. (2020). Типология заимствований в песенной поэзии: интермедиаальный ("синтетический") ракурс. *Русская рок-поэзия: текст и контекст*, (20), 29-43. EDN: UBMLMS

Доманский, Ю. В. (2006). Вариативность и интерпретация текста (парадигма неклассической художественности): дис. д-ра филол. наук.

Жолнерович, И. И. (2021). Кавер: искусство или воровство? В И. И. Жолнерович, Д. В. Семенчук (ред.). *77-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета: материалы конференции в 3 частях* (сс. 176–179). Белорусский государственный университет. EDN: NDLEAP

Игламова, А. А. (2016). Музыкальное исполнительство в референциях начала XXI века. *Театр XXI века и вызовы нового времени: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 110-летию татарского театра* (сс. 242–249). Институт языка, литературы и искусства имени Г. Ибрагимова. EDN: XXPCBZ

Borthwick, S., Moy, R. (2020). *Popular Music Genres: An Introduction*. Routledge & CRC Press.

Burnett, R. (1996). *The global jukebox: the international music industry*. Psychology Press.

Carr, P. (2015). *Studying Popular Music Culture* (2nd ed.). By Tim Wall. London: Sage, 2013. ISBN: 978-1-4462-0771-0. *Popular Music*, 34, 507–509. <https://doi.org/10.1017/S026114301500046X>

Cohen, M., Baker, G. (2015). Takin' Care of Business: Music Business Reference. *Music Reference Services Quarterly*, 18(3–4), 157–163. <https://doi.org/10.1080/10588167.2015.1091691>

Fraser, T., Crooke, A. H. D., & Davidson, J. W. (2021). "Music has no borders": An exploratory study of audience engagement with YouTube music broadcasts during COVID-19 lockdown, 2020. *Frontiers in Psychology*, 12, 643893. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.643893>

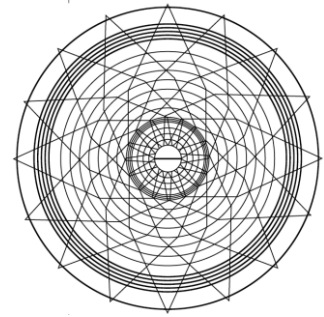
Jandric, P. (2019). E. Mazierska, L. Gillon, & T. Rigg (Eds.). *Popular Music in the Post-Digital Age: Politics, Economy, Culture and Technology*. *Postdigital Science and Education*, 1, 247–251. <https://doi.org/10.1007/s42438-018-0016-5>

Schroeder, E. (2003). *Music Databases*. *Encyclopedia of library and information science* In M. A. Drake (Ed.). Basel, Dekker.

[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

*Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной*



Shuker, R. (2016). *Understanding Popular Music Culture – 5th edition*. Routledge & CRC Press. <https://doi.org/10.4324/9781315694870>

Strank, W. (2021). Contextual marketing: Analyzing networks of musical context in the digital age. In J. Deaville (Ed.). *The Oxford handbook of music and advertising* (pp. 119-141). Oxford University Press.

Van Leeuwen, T. (2007). Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication*, 1(1), 91-112. <https://doi.org/10.1177/1750481307071986>



[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.
Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной

HIGH-PROFILE STRATEGIES FOR POPULARITY OF COVER SINGERS: THE PHENOMENON OF LUCIA CHEBOTINA

Gutsarieva T.

Student of the Master's Degree Programme "Television
Production" at the Lomonosov Moscow State University
(Moscow, Russia)

gutstala@gmail.com

Evpak E.

Producer, Founder of the "Media Sharks" label
(Moscow, Russia)

jane.yevpak@gmail.com

Abstract:

The article elicits whether the media content with cover-versions of popular songs, published by an artist in social media and new media, might have a positive effect on perception of the media-image of the artist among the artist's target audience and supports the high-profile of the artist. A case-study of music legacy of the Russian popular singer and famous cover artist Lucia Chebotina is provided. The study concludes that the practice of releasing the cover versions of popular songs has a potential to increase the high-profile of the artist and help the artist to attract the new followers, the meanwhile it may arise the intensive discourse between the cover artist and the followers among the famous compositions and their cover versions.

Keywords: cover song, music artist, social networks, media image, popularity, high-profile

REFERENCES

Borthwick, S., Moy, R. (2020). Popular Music Genres: An Introduction. Routledge & CRC Press.

Burnett, R. (1996). The global jukebox: the international music industry. Psychology Press.

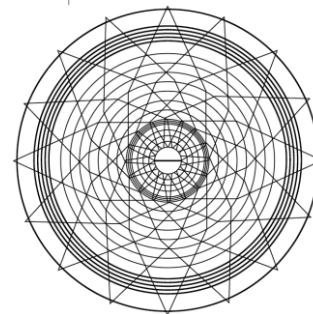
Carr, P. (2015). Studying Popular Music Culture (2nd ed.). By Tim Wall. London: Sage, 2013. ISBN: 978-1-4462-0771-0. Popular Music, 34, 507–509.

<https://doi.org/10.1017/S026114301500046X>

[Научные статьи]

Гуцариева Т. А., Евпак Е. Г.

*Стратегии медийности популярных кавер-исполнителей:
феномен Люси Чеботиной*



Cohen, M., & Baker, G. (2015). Takin' Care of Business: Music Business Reference. *Music Reference Services Quarterly*, 18(3–4), 157–163.
<https://doi.org/10.1080/10588167.2015.1091691>

Domanskii, Yu. V. (2006). Variativnost' i interpretaciya teksta (paradigma neklassicheskoi hudozhestvennosti): dis. d-ra filol. Nauk.

Fraser, T., Crooke, A. H. D., & Davidson, J. W. (2021). "Music has no borders": An exploratory study of audience engagement with YouTube music broadcasts during COVID-19 lockdown, 2020. *Frontiers in Psychology*, 12, 643893.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.643893>

Gavrikov, V. A. (2020). Tipologiya zaimstvovaniy v pesennoj poezii: intermedial'nyj ("sinteticheskij") rakurs. *Russkaya rok-poeziya: tekst i kontekst*, (20), 29-43. EDN: UBMLMS

Iglamova, A. A. (2016). Muzykal'noe ispolnitel'stvo v referenciyah nachala HKHI veka. *Teatr XXI veka i vyzovy novogo vremeni: materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, posvyashchennoj 110-letiyu tatarskogo teatra* (pp. 242–249). Institut yazyka, literatury i iskusstva imeni G. Ibragimova. EDN: XXPCBZ

Jandric, P. (2019). E. Mazierska, L. Gillon, & T. Rigg (Eds.). *Popular Music in the Post-Digital Age: Politics, Economy, Culture and Technology*. *Postdigital Science and Education*, 1, 247–251. <https://doi.org/10.1007/s42438-018-0016-5>

Schroeder, E. (2003). *Music Databases*. *Encyclopedia of library and information science* In M. A. Drake (Ed.). Basel, Dekker.

Shuker, R. (2016). *Understanding Popular Music Culture – 5th edition*. Routledge & CRC Press. <https://doi.org/10.4324/9781315694870>

Strank, W. (2021). Contextual marketing: Analyzing networks of musical context in the digital age. In J. Deaville (Ed.), *The Oxford handbook of music and advertising* (pp. 119-141). Oxford University Press.

Van Leeuwen, T. (2007). Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication*, 1(1), 91-112. <https://doi.org/10.1177/1750481307071986>

Zholnerovich, I. I. (2020). Kaver: iskusstvo ili vorovstvo? In I. I. Zholnerovich, D. V. Semenchuk (Eds.). *77-ya nauchnaya konferenciya studentov i aspirantov Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta: materialy konferencii v 3 chastyah* (pp. 176-179). Belorusskij gosudarstvennyj universitet. EDN: NDLEAP