

Студенческое радио по-прежнему актуально



Бывший диджей из колледжа определяет место college radio в мире Spotify, itunes, mp3

У меня есть плакат-афиша шоу Fugazi и Shudder to Think 1993 года, которое спонсировало Университет Вермонта. Заголовок: «Fugazi из Вашингтона утверждают, что они всего лишь группа. Почему же так много подростков думают, что они Боги?» – из статьи в Washington Post, опубликованной примерно в то время. Этот плакат, а также плакат с более раннего выступления Red Hot Chili Peppers, Smashing Pumpkins и Pearl Jam, спонсируемого станцией, выставлены в моем офисе в Библиотеке Конгресса.

В моем подвале есть трафарет от KMFDM, к которому прилагается баллончик с аэрозольной краской, который услужливо советует ди-джеям воздержаться от порчи машины программного директора

радио. Как руководитель программы, посвященной автомобилям, я оценил это замечание. Вскоре после прибытия в кампус UVM в 1990 году я посетил их студенческую радиостанцию WRUV и, пройдя обучение игре на вертушках, проигрывателях компакт-дисков и кассетных деках, стал ди-джем, играющим хэви-метал в течение 2:00 – 4:00. Временной интервал AM. Чуть более двух лет спустя я стал директором программы после победы на ежегодных выборах исполнительного совета WRUV.

На станции количество музыкальной атрибутики было огромным. Сомневаюсь, что кто-то может вспомнить весь запас плакатов и других рекламных материалов WRUV. Лично мне понравилась вотивная свеча Soundgarden «Jesus Christ Pose», а также рекламный контейнер с моторным маслом от Ministry для продвижения сингла «Jesus Built My Hotrod» (Эл Юргенсен, якобы использовал это вещество в своей машине). Я также вспоминаю дискуссию с менеджером станции снимать или оставить на стене плакат альбома Brutality «Indecent and Obscene».



Шоу WRUV было беспрецедентным событием для молодого энтузиаста музыки. Следовательно, у ди-джеев была почти бесконечная

вселенная музыки, из которой можно было выбирать. Конечно, доступ к музыке WRUV – вот почему здесь были ди-джеи. Количество, из которого можно было выбрать, позволяло довольно легко собрать шоу. У WRUV была самая большая музыкальная библиотека в Вермонте – настоящая кондитерская для музыкальных ботаников. На всех пластинках и компакт-дисках, были датированные рукописные этикетки, описания которых варьировались от сдержанных до восторженных. «Играйте, пока игла не пройдет сквозь винил» было написано на диске Ministry «The Mind is a Terrible Thing to Taste» – хороший тому пример.

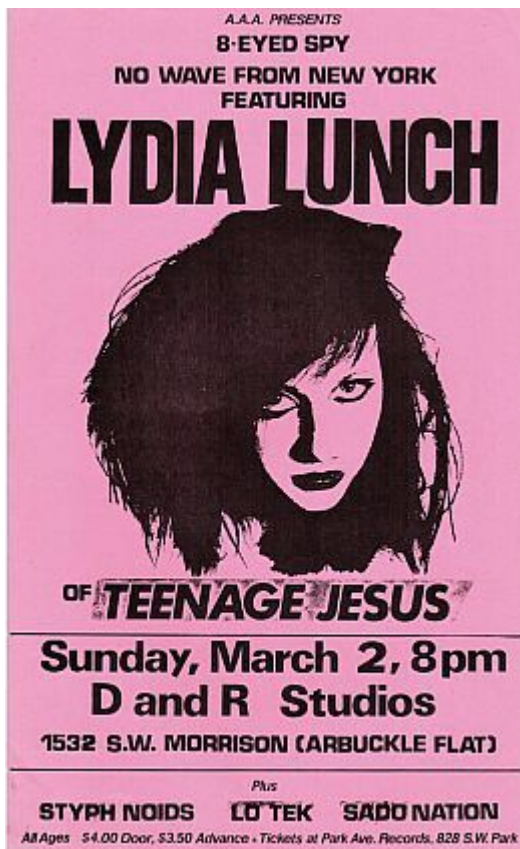


Students of the University of Namibia work as DJs of UNAM Radio 97.4. It has started its broadcast in 2000. The radio was established as a part of the University's mission to increase student involvement with media and present UNAM activities to the wider community. Windhoek, Namibia ((Photo by Oleksandr Rupeta/NurPhoto via Getty Images))

Не было списка одобренных артистов. Ди-джеи могли играть любую музыку, которую хотели, при условии, что это была «альтернативная музыка», определяемая как почти все, что не транслировалось на коммерческом радио или MTV. Я не знаю, кто

разработал эти правила, но ди-джеи обычно относились к ним как к Евангелию. Было еще одно важное правило: 25% плейлиста должно содержать музыку, выпущенную за последние три месяца. Но количество компакт-дисков и пластинок, которые мы получали от музыкальных лейблов, сделало соблюдение этого правила довольно безболезненным.

Некоторые из моих слушателей были весьма преданными, настоящими фэнами, отлично разбирающиеся в кухне станции, другие не поддаются простой классификации. Возьмем, к примеру, парня без пениса, джентльмена, который иногда звонил на станцию, чтобы попросить трек от Bloody Stools, а также сообщить диджею в эфире, что по неустановленным причинам его (предположительно разгневанная) подруга удалила добрую часть члена своими зубами. Затем это чувак уверял, что оставшая часть его органа все еще может адекватно выполнять по крайней мере одну из предполагаемых функций. «Я все еще могу развлечься с ним», как он выразился. Я был не единственным кому он дозванивался в ночные эфиры, бывший коллега-ди-джей недавно подтвердил мои воспоминания о легендарном «No-Penis Guy». Для любопытных: никто из нас так и не узнал личность этого джентльмена.



В течение 1980-х и 1990-х годов любители музыки часто ограничивались тем, что крутило коммерческое радио или смотрели кабельное телевидение, MTV и VH1. Колледжское радио воспроизводило материал, недоступный в другом месте, – яркое пятно на мрачном музыкальном пейзаже. Читатели наверняка могут перечислить множество групп, о которых стало известно благодаря студенческому радио. Было очень мало других способов узнать о новой музыке, и, даже если у человека был большой доступ к приличным музыкальным магазинам и информативным музыкальным изданиям, все равно услышать ее перед покупкой практически не было. Молва, обмен кассетными записями и живые выступления были, конечно, но у многих любителей музыки не было доступа к этим источникам. В наши дни, конечно, появилось намного больше точек, где поклонники

могут открывать
для себя музыку и слушать ее.

Итак, какую функцию сегодня выполняет радио колледжей?

В поисках ответа я обсуждал эту тему с бывшими и нынешними ди-джеями студенческих радио, экспертами музыкальной индустрии и музыкантами.

Почти все, с кем я разговаривал для этой статьи, подтвердили, что мои воспоминания о ценности университетского радио – это не просто ностальгия. Брайан Лоуит, менеджер лейбла Dischord Records, согласился с тем, что студенческое радио «имело огромный охват» и «было одним из немногих способов услышать новую музыку». Он описал студенческих ди-джеев 1980-х и 1990-х годов как «законодателей вкуса». По словам соучредителя лейбла Megaforce Records Джона Зазулы, в состав которой входили Anthrax, Metallica, Overkill и Testament, они оценили эту медиа среду достаточно быстро и создали у себя на лейбле первую «команду по маркетингу радио-металла в колледже». Соглашаясь с Джоном, барабанщик Anthrax Чарли Бенанте сказал мне, что студенческое радио «в свое время так сильно нас поддерживало, что просто разрушило карьеры других андерграунд групп, которые не попадали на колледж-станции». Артисты «принесут на студенческое радио свой новый альбом, и они первыми поставят его для людей», – добавил он.

IN CONCERT

Replacements

WITH SPECIAL GUEST
**alex
chilton**

ALL AGES
**FRIDAY
APRIL 24
8 PM**

Tix:
\$10.
advance
\$12.
door

Available At All Bass
Ticket Outlets

Call 672-7226

**CAMEO
THEATRE**

**1445
WASHINGTON AVE.
MIAMI BEACH**

CROSSOVER
CONCERTS

MEGA WOPAS/ST

На первый взгляд может показаться, что нынешнее увеличение возможностей для поиска, прослушивания, покупки и распространения музыки сводит на нет роль университетского радио как моста между артистами и

слушателями. Действительно, в последние годы некоторые колледжи продали лицензии на вещание своих станций. В 2017 году Pitchfork сообщил, что «примерно с 2010 года все больше колледжей начали передавать свои лицензии на FM-вещание более крупным конгломератам в целях получения краткосрочного экономического дохода». Среди таких учреждений – Государственный университет Джорджии, Университет Райса, Университет Сан-Франциско и Университет Вандербильта. Вдобавок к этому широко читаемый и чрезвычайно важный College Music Journal (CMJ) прекратил публиковать свои чарты примерно в 2017 году.

Возможно, университетское радио в каком-то смысле достигло своего пика, просто конкуренция слишком высока, чтобы ситуация могла быть иной. Тем не менее, студенты и члены сообщества продолжают слушать музыку на колледж радио, которое вещает на частотах и онлайн. «Колледжские радиослушатели по-прежнему состоят из настоящих фанатов музыки», – говорит Зак Уайлд из The North American College & Community Chart (NACC), который формирует чарты музыки, которую играют на 800 колледж станциях, после того, как CMJ прекратил свое существование. Ди-джеи этого формата – «первые законодатели вкуса и влиятельные лица», которые «отстаивают музыку, которую они любят», – добавил он. Менеджер по продвижению на радио Sub Pop Records Мишель Фегали утверждала, что «если вы хотите послушать новую музыку, вам всегда нужно работать

на радио в колледже или на некоммерческом радио».

Во время написания этой статьи я услышал широко распространенное мнение о том, что радио колледжа – ценный гид в музыкальном ландшафте, насыщенном интересным содержанием. Называя колледж радио «надежным источником», программный директор KUTX Мэтт Рейли объяснил, что роль этой станции поддержать слушателей. Многие давние поклонники сохраняют интерес к музыке, но, по его словам, «не имеют доступа к Интернету» для поиска материала другими способами.

Конечно, ряд музыкальных онлайн-источников предлагает музыку для слушателей, но у этих функций есть ограничения. «У алгоритмов нет вкуса», – лаконично заметил DJ Semantichrist, 31-летний ветеран колледжа и местного радио.

Бенанте из Anthrax утверждал, что «ди-джей – очень важная вещь, которой нам сегодня не хватает. Знаешь, мы просто слышим песню за песней. Но ди-джей с вами пообщается, расскажет о группе, которая звучит прямо сейчас». Кэтрин Паттон, директор по программированию WSOU в Сетон Холл, согласилась с ним, отметив, что «человеческий фактор очень важен, особенно в [относительно малоизвестном] жанре. Директор WSOU по продвижению Валентино Петрарка добавил, что, по его мнению, «алгоритмы никогда не будут такими успешными, как человеческие ди-джеи», потому что «мы социальные животные», и, следовательно, «человеческий голос намного сильнее, чем

рекомендации машины».

Важность человеческого фактора была постоянной темой среди опрошенных. Джо МакГиннис, старший директор по продвижению радио маркетингового агентства Syndicate, отметил, что диджей может дать слушателям контекст для песни, например, ее место в каталоге исполнителя. Такие радиостанции, как WMFO Университета Тафтса, знакомят слушателей с музыкальными вкусами ди-джейев. Зои МакКаун, рекламный директор этой станции, объяснила мне, что любая музыка, которую транслирует WMFO, «полностью зависит от выбора ди-джея». Аманда Руссель, директор по связям с общественностью WZBC Бостонского колледжа, считает, что есть «что-то более человеческое» в том, чтобы открывать для себя музыку от реального человека. Например, KUTX значительно увеличил свою аудиторию после того, как ди-джеи вернулись к вещанию после 7-недельного перерыва, вызванного коронавирусом. Мэтт Рейли рассказал, что «слушатели были очень счастливы вновь услышать человеческие голоса по радио, а не песню за песней».



UNITED STATES – AUGUST 01: Photo of ANTHRAX; Joey Belladonna is in the middle (Photo by Ebet Roberts/Redferns)

Но когда дело доходит до университетского радио,

существует разрыв между поколениями. Даймонд Роу, гитарист хэви-метал-группы Tetrarch из Лос-Анджелеса, объяснил, что группа, чей первый полноформатный альбом дебютировал в 2017 году, сначала не рассматривала студенческое радио как средство продвижения своей музыки, хотя с тех пор группа получила положительные отзывы. Маккеун из WMFO отметил, что студентов-ди-джеев часто больше привлекает в университетском радио возможность социального взаимодействия, чем музыкальные открытия.

Со своей стороны, музыкальная индустрия по-прежнему ценит студенческое радио, хотя степень взаимодействия музыкальных лейблов со станциями варьируется. Лоуит из Dischord Records охарактеризовал взаимодействие лейбла как «довольно ограниченное в наши дни», добавив, что музыкальные дистрибьюторы «даже не спрашивают [лейбл] о студенческом радио». Однако Зак из NASS отметил, что «изрядное количество лейблов и промоутеров напрямую общаются со станциями», пояснив, что, учитывая огромное количество музыки, распространяемой в настоящее время, директора программ станций «также полагаются на промоутеров и лейблы, которые сами определяют вкусы». Фегали из Sub Pop подчеркнула, что лейбл прилагает особые усилия, чтобы дать студентам и некоммерческим станциям «столько музыки, сколько мы можем», и объяснила, что ди-джеи колледжей помогают ей оставаться в курсе «того, что интересно в

студенческом сообществе». Фегали также отметила, что она часто общается с музыкальными и программными директорами, потому что «они будут теми, кто скажет свое слово в музыкальной индустрии через пять-десять лет».

Некоторые музыканты продолжают развивать потенциал колледж радио. Ряд ди-джеев подтвердили, что артисты иногда напрямую связываются со станциями для продвижения своей собственной музыки. МакГиннис из Syndicate охарактеризовал эту среду как место, где артисты могут «ощутить свое присутствие, не связанное с продажами пластинок». Указывая на одно из преимуществ этого средства массовой информации, Даймонд Роу из Tetrarch думал о том, что слушатели колледж радио «вероятно, действительно хотят услышать о новой музыке», – это мнение разделяли несколько других респондентов.



NEWTON, MA – SEPTEMBER 28: As «Cousin Kate,» Kate Walker hosts «Sunday Morning Country» on WZBC 90.3 FM, on the Boston College campus, on September 28, 2014. She's been at the helm

of the radio show for 7 of its 35 years. Walker says the Boston area's longest continuous running country music radio show is WHRB's «Hillbilly at Harvard,» which has been airing for over 50 years. (Photo by Pat Greenhouse/The Boston Globe via Getty Images)

В мире, насыщенном музыкальными изданиями, некоммерческое радио сохраняет свои уникальные характеристики, которые помогают артистам и фанатам сокращать путь друг к другу. Охарактеризовав ди-джейев как «человеческий алгоритм», давний ди-джей WRUV Мело Грант рассказала, что одна из старшеклассниц описала радио «лучше, чем Spotify!»

Паттон из WSOU рассказала мне, что ее энтузиазм по поводу Melted Bodies мотивирует ее играть их музыку и рассказывать аудитории о группе. Та же страсть к радио была очевидна среди людей, которые щедро нашли время поговорить со мной для этой статьи. Радио колледжа не обязано играть какого-то конкретного исполнителя или передавать именно то, что конкретный слушатель хочет услышать в данный момент. Но это веские причины настроиться на волну. Можно представить, что ди-джеи колледжей все еще собирают памятные вещи разных групп, играют малоизвестных артистов и получают (надеюсь, менее непристойные) телефонные звонки от заблудших слушателей.

Written By Paul Kerr