

УДК 316.77-053.6

КОМУНІКАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МУЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Мудрян Наталя Сергіївна – аспірантка соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Стаття присвячена розгляду комунікативного потенціалу музичної культури. Особлива увага приділяється аналізу смислового компоненту, який відіграє значну роль у трансляції соціальної інформації через музичні повідомлення. Автором пропонується новий погляд на концептуальне осмислення музичної культури, який дозволяє розкрити її комунікативні можливості у сучасних умовах.

Ключові слова: музична культура, комунікація, музичні повідомлення, соціальні смисли, розуміння.

Статья посвящена рассмотрению коммуникативного потенциала музыкальной культуры. Особое внимание уделяется анализу смыслового компонента, который играет важную роль в трансляции социальной информации посредством музыкальных сообщений. Автором предлагается новый взгляд на концептуализацию музыкальной культуры, который позволяет раскрыть её коммуникативные возможности в современных условиях.

Ключевые слова: музыкальная культура, коммуникация, музыкальное сообщение, социальные смыслы, понимание.

The article describes the communicative potential of musical culture. Particular attention is paid to the study of meanings that play the main role in transmission of social information into musical messages. The author offers a new perspective on the study of musical culture, which allows us to view its communicative possibilities in the contemporary conditions.

Keywords: musical culture, communication, musical message, social meanings, understanding.

Функціонування сучасного суспільства в інформаційну епоху сприяє зростанню значущості ролі комунікації у розвитку соціуму, появі нових комунікативних потреб та переосмисленню комунікативної природи соціальної дійсності. Комунікація є важливою складовою суспільного життя, оскільки розповсюджує певні ідеї та життєві орієнтації. У цьому контексті розгляд комунікативного потенціалу музичної культури, яка стає одним із способів трансляції соціальної інформації, набуває не аби якої актуальності.

Музична культура є частиною повсякденного життя людей, вона впливає на їх взаємодії, внутрішній світ і формування ціннісних орієнтацій. Музична культура є носієм певних соціальних смислів, які формують уявлення людей про оточуючі їх об'єкти та явища, конструюють образи соціальної реальності та складають зміст будь-якої комунікації. Аналізу різних аспектів музичної культури присвячені роботи Т. Адорно, Б. В. Асаф'єва, Р. Р. Болтачова, Н. Р. Ісхакової, З. Г. Казанджисєвої-Велінової, А. І. Катінсен, Т. І. Кузуб, Д. Мачина, М. І. Найдорфа, І. В. Сергєєвої, А. Н. Сохора, А. Щютца та ін.

Усвідомлення світовою науковою спільнотою актуальності дослідження соціальних аспектів музики та її включення у соціальні відносини сприяло активному розвитку соціології музики. Першим важливим кроком у цьому напрямку стало створення Міжнародної асоціації по вивченню популярної музики (The International Association for the Study of Popular Music - IASPM) в 1981 році, що відкрило діалог між соціологами і музикознавцями. Подібний міждисциплінарний діалог стає необхідним, оскільки існуючий на той час традиційний музикознавчий підхід до аналізу музичних творів (аналізу внутрішніх тональних відносин пісні) не розглядав музику в соціальному контексті. Крім цього, зростання кількості публікацій про популярну музику потребувало організації вчених різних галузей з даної проблематики. Так, при IASPM, яка стає відповіддю на таку необхідність, створюються спеціалізовані наукові видання ('Popular Music', 'Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World'), в яких друкуються надійні та всебічно необхідні дані про популярну музику. На думку першого секретаря вищезазначеної асоціації Ф. Тагга [1], в дослідженні популярної культури важливу роль грає емпірична соціологія музики, оскільки дозволяє отримувати інформацію про музичні уподобання населення, про функції жанру та ефекти виконання, а також описувати взаємодії учасників комунікаційного процесу щодо музичних повідомлень, відповідаючи на питання: Хто? Кому? Що? Яким чином? З яким ефектом?, які піднімав Г. Лассуелл у своїй моделі комунікації.

Першорядним для соціології музики є поняття «музична культура», розуміння сутності якого залежить від поставлених дослідницьких завдань. Ми пропонуємо розглядати музичну культуру з точки

зору її комунікативного потенціалу та в якості теоретико-методологічної бази використовувати соціально-комунікаційний підхід А. В. Соколова до дослідження культури, концептуальні засади феноменологічної соціології А. Щютца та ідеї А. Моля щодо розуміння сучасної культури як сукупності повідомлень, яка розвивається під впливом технічних засобів комунікації.

Концептуалізацію поняття «музична культура», перш за все, будемо здійснювати виходячи з інтерпретації базових понять «культура» та «соціальна комунікація», які набули теоретичної розробки у соціально-комунікаційному підході російського вченого А. В. Соколова [2]. Так, *культура* будь-якої спільноти людей представляє, по-перше, *культурну спадщину*, тобто сукупність штучних соціальних смислів (культурних цінностей), як матеріальних (вироби), так і нематеріальних (ідеї); по-друге, діяльність по створенню, зберіганню, поширенню та освоєнню культурних цінностей, яка називається *культурною діяльністю* (створення культурних цінностей, їх зберігання, розповсюдження та практичне використання). Музична культура як частина культури суспільства може складатися з вищенаведених компонентів: з музичної спадщини та музичної діяльності, яка включає в себе *соціальну комунікацію*, що у розглянутому підході розуміється як рух смислів у соціальному часі та просторі. Під *смислами* розуміється зміст комунікаційних повідомлень (інформація, яку отримують з музичних творів), під *соціальним часом* - відчуття течії соціального життя (це відчуття залежить від інтенсивності соціальних змін, швидкості суспільних перетворень), а під *соціальним простором* - систему соціальних відносин між людьми.

Особливості сприйняття, розуміння й інтерпретації соціальних смислів музичної культури слухачами на рівні музичної свідомості дозволяють розкрити концептуальні засади феноменологічної соціології. Як зазначає А. Щютц, будь-яка комунікація заснована на «відносинах взаємного узгодження», які визначають правила вислову та інтерпретації інформації. Ці правила узгоджують дії учасників комунікації, які володіють достатнім музичним знанням, щоб правильно проінтерпретувати інформацію. Саме розуміння музичної думки композитора та її інтерпретація займає центральне місце у свідомості слухача, а певний рівень музичної культури дозволяє йому вірно читати музичний твір [3].

На думку А. Моля, саме технічні засоби комунікації впливають на динаміку культурного спілкування та загалом на сучасну культуру, яка є свого роду повідомленням. При такому розумінні культури усі взаємодії в ній постають як комунікаційні стосунки: культурна взаємодія є актом комунікації, що передбачає відправника повідомлення, канал, яким воно передається в просторі та часі, одержувача, який сприймає значення повідомлення та запам'ятовує його. Концепцію культури як функціонування «повідомлень культури» А. Моль застосовує і при аналізі музичної культури. Він стверджує, що музика є основним елементом сучасної культури, каналом комунікації, що дозволяє у вигляді творів музичного мистецтва передавати повідомлення, які відбивають соціальну дійсність [4].

Базуючись на вищезазначених теоретико-методологічних засадах дослідження, приходимо до висновку, що *музична культура* є сукупністю соціальних смислів музичних повідомлень, які знаходяться у взаємозв'язку з музичною діяльністю та свідомістю учасників музично-комунікаційного процесу.

Отже, центральним поняттям виступають *соціальні смисли* (значення), тобто зміст музично-комунікаційних повідомлень. Смисли включають в себе: ідеї, знання та зразки поведінки, ціннісні орієнтації, ідеали та переконання, норми, установки й емоції. Матеріальною стороною смислових повідомлень музичної культури виступають комунікаційні канали та технічні засоби розповсюдження музики, музичні інструменти та приміщення, іміджева атрибутика та сувенірна продукція.

В даній статті зупинимось детальніше на смисловому компоненті музичної культури, який є ключовим при розгляді її комунікативного потенціалу. Завдяки смислам, які є результатом соціального конструювання, люди інтерпретують соціальні явища та спрямовують свої дії. Як стверджує британська дослідниця в галузі соціології музики Т. де Нора [5], люди використовують музику для того, щоб надати сенс собі та своєму світові. Таким чином, музика виступає в якості ресурсу для виробництва явищ, практик, припущень і подій, які складають суспільне життя. Звертаючись до ідей Т. де Нори, американські соціологи Т. Дауд і У. Рой пропонують два основних підходи до вирішення проблеми конструювання смислів в музиці: *текстуальний* та *контекстуальний*.

Текстуальний підхід акцентує увагу на музиці як на об'єкті, розглядає її як аналог мови і враховує важливу відмінність між музикою та мовою. Ця відмінність полягає, згідно віденському критику Е. Ганслику, в тому, що музика аналогічна мові тільки в її синтаксисі (структурі), а не в її семантиці (смислах). Деякі дослідники знаходять смисли у взаємозв'язку музичної структури (тексту) з соціальним життям (контекстом). Наприклад, американський музикознавець Р. Вальзер вбачає зв'язок між музичною структурою важкого металу (ритм, тембр) і поняттям маскулінності. Американський соціолог К. Серуло проводить аналіз 161-го національного гімну, відстежуючи взаємозв'язок між музичною структурою цих гімнів і політичною обстановкою в країні [6].

Контекстуальний підхід розглядає музику як діяльність, що проявляється у виконанні музичних творів, та акцентує увагу на слухачах. Як зазначав музикознавець К. Смолл [7], до музики слід ставитися як до чогось, що завжди станеться, що ніколи не досягне статусу об'єкту, як до чогось необмеженого та відкритого, того,

що є «музикуванням». Соціальні смисли музики залежать не стільки від тексту пісні або мелодії, скільки від того, як люди відтворюють й інтерпретують їх. Смисли, які слухач вбачає у музичних творах, є наслідком його ставлення до світу. Як стверджує А. Шютц, музичний зміст виникає із взаємодії і робить її можливою.

Єдиний спосіб опанування смислами – це їх розуміння. Часом невизначеність смислів музичних повідомлень (музичних творів) приводе до різноманіття асоціативних уявлень і багатоваріантність їх інтерпретацій. Для того, щоб зрозуміти музичний твір, надати йому певне значення, необхідні знання та досвід, які допомагають його ідентифікувати. Наведемо досить захоплюючий приклад розуміння музичного твору з точки зору того, як знання та досвід впливають на сприйняття твору і зумовлюють очікування слухача. У цьому контексті доречно пригадати байку про соціолога та музикознавця, яку запропонували американські музикознавці С. МакКларі та Р. Вальзер [8]. Перебуваючи разом на одному концерті, соціолог і музикознавець по-різному реагують на музичні твори, що звучать. Настає напружений момент у звучанні, і соціолог разом з іншими слухачами піднімається в емоційному хвилюванні. Коли він сідає, йому стає цікаво, як у нього та інших людей сталася однакова реакція, він просить музикознавця пояснити це. Музикознавець відповідає: «Ви очікували, мі-бемоль, а він (музикант) зіграв мі». Але соціолог в подиві відповідає, що він не очікував «мі-бемоль», і що розрізнити «мі-бемоль» від «мі» становить труднощі пересічному слухачеві.

Що ж мав на увазі музикознавець у своїй відповіді? А те, що музичний ефект і музичний досвід зводяться до музичних знань і, зокрема, до можливості їх застосування при прослуховуванні музичного твору. Соціолог має достатньо музичних знань, щоб проінтерпретувати соціальні смисли в музиці, що транслюються. Знання застосовуються в силу постійної участі в музичній культурі, тобто, слухаючи, ми знаходимося в постійній взаємодії з музикою та культурою, що її оточує. Історія С. МакКларі та Р. Вальзера підкреслює можливість соціолога зрозуміти те, що і як слухають люди, як інтерпретують соціальні смисли в музиці.

Соціальна взаємодія творців музичних повідомлень та їх реципієнтів передбачає розуміння та інтерпретацію музичних творів, що ґрунтуються на наявних знаннях, уявленнях та досвіді індивіда. Як зазначає А. Моль, в сприйнятті музичних творів панує закон співвідношення відомого та невідомого, тому слухач вибирає те, що знає, що чув, що його приваблює або дивує [4]. Крім цього, на нашу думку, на вибір слухача впливає його знатність узнавати музичний жанр, що сприймається. Завдяки існуючим у його арсеналі певним ознакам (структурі, засобам виразності, особливостям виконання, составу виконавців, призначенню) можна здогадатися про ймовірний зміст музичного твору. Тому, аналізуючи, як ставляться слухачі до різних музичних авторів, які музичні твори їх приваблюють, можна скласти уявлення про музичну культуру соціуму. Подібної думки дотримується і Дж. Шеперд, який наполягає на дослідженні соціального аспекту музики та констатує, що люди відтворюють в основних характеристиках своєї музики властиві їм якості розумових процесів, які соціально опосередковані, тому основні характеристики різних музичних стилів мають соціальне значення [9].

Отже, музична культура органічно «уплетена у соціальну тканину», виступаючи одним із вимірів суспільства. Вона визначає зміст світоглядних установок і спосіб світобачення соціуму, наділяє соціальними смислами явища, предмети, дії, які конструюють образи соціальної дійсності та формують культурно-духовний світ людини. Такі смисли соціально обумовлені, оскільки опосередковані наявним досвідом та знаннями, завдяки яким слухач може сприймати музичні повідомлення. Запропонований синтез наукових підходів пропонує новий погляд на дослідження музичної культури як соціального феномену, що дозволяє висвітлити можливості її комунікативного потенціалу щодо сучасних реалій.

Література:

1. Tagg F. Analyzing Popular Music: Theory, Method, and Practice / F. Tagg // Popular Music. – 1982. – Vol. 2. – P. 37-65.
2. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. - 461 с.
3. Шютц А. Совместное сочинение и исполнение музыки. Исследование социального отношения / А. Шютц // Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / Сост. А. Я. Алхасов; Пер. с англ. А. Я. Алхасова, Н. Я. Мазлумяновой; Научн. ред. перевода Г. С. Батыгин. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. - С. 238-259.
4. Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль; пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. - М.: Издательство ЛКИ, 2008. - 416 с.
5. DeNora T. Music in Everyday Life / Tia DeNora. - New York: Cambridge Univ. Press, 2000. – 181 p.
6. Roy W. G., Dowd T. J. What Is Sociological about Music? / William G. Roy, Timothy J. Dowd // Annual Review of Sociology. – 2010. - Vol. 36. – P. 183-203.
7. Small C. Musicking: The Meanings of Performing and Listening / C. Small. – L.: Wesleyan University Press, 1998. - 230 p.
8. Marshall L. The sociology of popular music, interdisciplinarity and aesthetic autonomy / L. Marshall // The British Journal of Sociology. – 2011. - Vol. 62. - Issue1. - P. 154–174.
9. Shepherd J. Music as Social Text / J. Shepherd. - Cambridge: Polity Press, 1991. - 245 p.