

УДК 78

ОППОЗИЦИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МАССОВОЙ И ЭЛИТАРНОЙ МУЗЫКАЛЬНЫХ КУЛЬТУР В СВЕТЕ РАЗВИТИЯ МЕДИАКУЛЬТУРЫ

© 2010 Т.И.Кузуб

Самарский государственный архитектурно-строительный университет

Статья поступила в редакцию 18.01.2010

Статья посвящена проблеме возникновения оппозиции массовой и элитарной культур в XX веке и на рубеже XX – XXI веков. Автор осмысливает особенности взаимодействия массовой и элитарной музыкальных культур и причины их конфронтации в свете развития глобальной медиакультуры и масс-медиа.

Ключевые слова: массовая культура, элитарная культура, медиакультура, масс-медиа, синтез, полистилистика.

Массовая музыкальная культура становится сегодня явлением космополитического порядка, постепенно захватывающим информационное пространство человека и в частности, его музыкально-звуковую, акустическую составляющую. К рубежу XX – XXI веков она выступает не только как антиномия элитарной музыкальной культуре, но входит в непримиримую конфронтацию с ней (в особенности с академической культурой и классической музыкой), вызывая множество дискуссий и спорных мнений среди музыкантов, музыковедов и культурологов (В.Мартынов¹, Н.Лебрехт²). Однако, как мы увидим, эта оппозиция сформировалась в результате сложного взаимодействия целого ряда музыкальных явлений и их трансформации в XX веке, что свидетельствует о закономерности «поляризации» этих явлений, а также открывает множество взаимосвязей, ведущих к их дальнейшей интеграции и синтезу. Активно стимулировало эти процессы формирование «медиакультуры» (Н.Кириллова), которая представляет собой «совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности»³. «Медиакультура», по мысли Н.Кирилловой, это культура нового информа-

ционного типа, которая постепенно становится глобальной. Феномен массовости охватывает сегодня самые разные сферы музыкального творчества, в том числе и академическую музыку, и поэтому то, что в прошлом существовало как элемент элитарной (аристократической, салонной) культуры, сегодня становится неотъемлемой частью масскульты (и наоборот). Общеизвестным сегодня является и тот факт, что массовая музыкальная культура, в особенности развлекательная поп-музыка, широко представленная на каналах MTV, Муз-ТВ, в последние десятилетия начинает занимать доминирующее положение в обществе, оттесняя на периферию культуры серьёзную музыку и музыкальное искусство в целом. Конфронтация массовой и элитарной культур особенно обострилась в постсоветском пространстве российской культуры последних десятилетий, в котором открылся свободный доступ к различным информационным ресурсам, а также произошло полное переосмысление системы ценностей. При этом в средства массовой информации хлынул огромный поток коммерческой продукции массового потребления, нередко очень низкого качества (музыкальный «китч», «вульгарная» музыка и т.д.). Резкая смена культурных ориентиров вызвала заметное снижение интереса слушателя к академическому музыкальному искусству, а также серьёзно подорвало и престиж профессионального музыкального образования⁴. Всё это вызывает серьёзную обеспокоенность среди западных и российских профессиональных музыкантов, композиторов, критиков и музыковедов, в размышлениях которых всё чаще поднимается вопрос о кризисе современной академической музыки, на смену которой приходит идеология

⁰ Кузуб Татьяна Игоревна, ассистент кафедры прикладной математики и вычислительной техники, соискатель кафедры культурологии и социально-культурной деятельности Уральского государственного университета им. А.М.Горького.
E-mail: mishak@samaradom.ru

¹ Мартынов В. Зона OPUS POSTH, или рождение новой реальности. – М.: 2005.

² Лебрехт Н. Кто убил классическую музыку? – М.: 2007.

³ Кириллова Н. Медиакультура: от модерна к постмодерну. – М.: 2005. С.42 – 43.

⁴ Кузуб Т. Облик музыкального образования в системе медиакультуры XX – XXI веков // Известия Самарского научного центра РАН. Специальный выпуск «Актуальные проблемы гуманитарных наук». – Самара: 2006. – № 4. – С. 210 – 217.

масскульты, основанная на методах манипулирования общественным сознанием. Особенно песимистично в этой связи выглядит сегодня глубоко философичная, но весьма спорная во многих отношениях концепция композитора В. Мартынова, в которой он говорит о «смерти музыки как пространства искусства»⁵. Наступление новой эпохи (зоны *opus-posth*) В. Мартынов связывает с приходом новой стратегии музыкального мышления, основанной на потребительских интересах и коммерции, позволяющей манипулировать сознанием человека и его восприятием. На смену композиторской музыке приходят новые технологии, позволяющие тиражировать произведения (симулякры), лишённые художественной ценности. Отметим, что подобная ситуация складывается, прежде всего, в культуре последних десятилетий, когда общество захватывает тотальный процесс глобализации и новый информационный «взрыв». Опираясь на масс-медиа, массовая музыкальная культура постепенно становится новой альтернативной реальностью, в которой стираются границы между искусством, творчеством и коммерцией. Давление интересов бизнеса ощущается сегодня во всех сферах музыкальной культуры, в том числе и в академической музыке. На этом строится вся система современной концертной, фестивальной жизни, по законам индустрии потребления развивается сегодня и музыкальный театр (опера и балет). Современная коммерческая индустрия и сложившиеся рычаги управления сферой музыкальной культуры превращают её в глобальный по своим масштабам рынок, интересы которого всё больше и больше оттесняют на периферию подлинное искусство, вызывая тем самым непримиримую конфронтацию между массовой и элитарной музыкой. В русле сказанного, развитие *массовой культуры*, как нам представляется, на сегодняшний день *приобретает глобальные масштабы*⁶. Специфические черты массовой культуры XX века сформировались под влиянием процессов *технизации* и *визуализации*, определивших в полной мере её современный облик, а также способствовавших глобальному расширению её влияния на общество. Одним из главных факторов «омассовления» музыкальной культуры XX века стала также *коммерциализация* и влияние глобальных процессов развития индустрии потребления. В немалой степени этому способствовало развитие *медиакультуры*, которая в свою очередь стимулировала формирование благоприятной информационно-комму-

никативной среды (медиасреды) для распространения и тиражирования массовой продукции (художественное произведение эпохи постмодерна превращается в «продукт» массового производства и потребления). В XX веке масс-медиа становятся неотъемлемой частью массовой музыкальной культуры. В ней рождается новая мифология и новый музыкальный язык, который приобретает международное значение, распространяясь по всему миру. Активное применение технических средств (компьютерной графики, видео, а в последнее время новых цифровых технологий, визуальных спецэффектов т.д.), ориентация шоу-бизнеса на экранную телевизионную культуру сформировали установку массового слушателя на зрелищность, яркость музыкального шоу. В результате сегодня *формируется новый тип виртуальной реальности* в музыке, восприятие которой не требует большого интеллектуального и эмоционального напряжения, душевных переживаний. Медиакультура порождает и новый тип художника, который, говоря словами Маклюэна, «должен переместиться в башню управления обществом»⁷. Технические возможности современной индустрии развлечения позволяют авторам от масскульты тиражировать безличную продукцию «поп-культуры» и с помощью рекламы и технологий по созданию имиджа манипулировать общественным сознанием, создавая бесчисленное множество «звёздных» проектов и телешоу, которые мы наблюдаем на телеэкранах.

Тотальное «омассовление» искусства, как известно, началось в эпоху развития индустриальной культуры на рубеже XIX – XX веков, когда идеи обновления, модернизации творчества захватили многих художников, композиторов, литераторов, поэтов и писателей. Наряду с ошеломляющими новаторскими идеями авангардистов, вызывавшими огромный интерес у публики, в музыкальной культуре первых десятилетий XX века мощно активизируется «низовая» (*бытовая*) музыкальная культура, связанная с традициями городского музицирования (мюзикхоллы, ревю, ресторанная эстрада, кабаре). Надо сказать, что бытовая музыкальная культура существовала и в прошлые эпохи. Основу бытовой музыкальной культуры в прошлом всегда составляли «первичные» песенные и танцевальные музыкальные жанры, которые сегодня с успехом переключались в поп-культуру и эстрадную музыку. Будучи явлением, зародившимся в лоне городской культуры Средневековья, бытовая музыкальная культура в прошлые эпохи выполняла промежуточную функцию между профессиональной традицией и фольклором, опираясь

⁵ Там же. – С.5 – 34.

⁶ Кузуб Т. Процессы глобализации в современной музыкальной культуре // Известия Уральского государственного университета. – Екатеринбург: 2006. – Сер.2 «Гуманитарные науки». – Вып.12. – № 47. – С.77 – 84.

⁷ Маклюэн Г. Понимание медиа: Внешние расширения человека. – М.: 2003. – С.77.

как на устную, так и на письменную традиции в процессе сочинения. В XX веке она образует самостоятельный «третий пласт» (В.Конен) музыкальной культуры, который, как пишет В.Конен, стал «олицетворять массовое сознание нашего времени»⁸. Действительно, массовая музыка в XX веке приобретает всё больше индивидуальных типологических черт, свидетельствующих о своеобразии и уникальности этого феномена. При этом специфика данного явления складывается *на основе синтеза*, который возникает в результате интенсивного *жанрового взаимодействия* бытовой музыкальной культуры с другими родами и видами музыки, в особенности с академической музыкой, фольклором, джазом, различными формами этнической музыки и т.д. А.Цукер, например, считает, что основной признак массовой музыки как единого музыкального вида заключается в её амбивалентности: «при тяготении и принадлежности к различным формам музыкального профессионализма она в то же время имеет отчётливо выраженную тенденцию к *фольклоризации*, с чем и связан в значительной мере массовый характер её распространения»⁹. Об этом говорят сегодня и западные учёные, которые видят в массовой культуре индустриальный тип «городского фольклора» (М.Маклюэн). Большое влияние на формирование современного стилистического облика массовой музыкальной культуры оказали также и такие явления, как рок-музыка, новые эстрадные жанры (шансон). Особенности жанрового взаимодействия в массовой культуре говорят об её *эклектичности и глобализации*, так как в ней постепенно стираются языковые барьеры, возникают новые стили и виды музыки, беспредельно расширяются национальные границы. Во многих направлениях массовой музыки проявляются характерные черты *полистилистики*, ставшей одним из «фирменных» знаков искусства эпохи постмодерна. Мощным стилеобразующим фактором современной массовой музыки, свидетельствующим о её плюрализме и многоязычии, является *нахождение новых путей взаимодействия между музыкальными культурами мира*. На этой основе современная массовая музыка приобретает значение международного языка общения. По этой же причине в ней происходит «подлинный синтез европейского и внеевропейского музыкального строя» (В.Конен)¹⁰. Проявления этого синтеза мы можем обнаружить в джазе, в поп-рок-культуре, а также в таком сравнительно новом современном музыкальном направлении, как «фьюжн» (в

переводе с английского означает «сплавление»). Первоначально «фьюжн» возник на стыке *джаза, рока, элементов этнической музыки* и сегодня получил самые разные направления своего развития (от ритм-энд-блюза до так называемого «мягкого» джаза и арт-рока, основанного на смеси классики и рок-аранжировки). Этот самобытный и оригинальный стиль сегодня, безусловно, уходит в сферу элитарности, но в своём языковом универсализме обращён к самому широкому, *массовому* слушателю. Мы можем также заметить, что, попадая под влияние коммерческой индустрии, музыка любых стилей, жанров и направлений превращается в объект массового потребления. Те сферы музыкальной культуры, которые не затрагиваются в такой степени коммерческими интересами индустрии потребления и шоу-бизнеса, остаются на периферии культуры, со временем трансформируясь в элитарную культуру. Так, в массовой музыкальной культуре XX века возник целый ряд уникальных явлений, которые сегодня уже воспринимаются как образцы элитарной культуры. К ним, на наш взгляд, сегодня можно отнести песенное творчество А.Вертинского, И.Юрьевой, К.Шульженко. В западной культуре классиками жанра стали авторы и исполнители французского шансона – Ш.Азнавур, Э.Пиаф, джазовые исполнители Л.Армстронг, Э.Фитцджеральд, да и сам джаз во второй половине XX века переходит «из области массовой культуры в статус элитарного искусства»¹¹. Неоднозначно воспринимается сегодня и судьба рок-музыки. Многие явления рок-музыки балансируют на грани «поп» и «рок» культуры, а также, в свою очередь, испытывают разделение на массовые, коммерческие и элитарные виды.

Доминирование развлекательного, технологического и визуального начала в музыкальной культуре последних десятилетий, как нам представляется, служит одной из причин возникновения оппозиции и конфронтации массовой и элитарной (академической) музыки. К «константам» культуры увеселения, как пишет Т.Чередниченко, относится зрелищность, «символизация эротики», акцентирование пластических возможностей и эффектов (танцевальность, элементы акробатических трюков), смех, пестрота, стремление к «переживанию свободы, принадлежности человека самому себе»¹². Все эти культурные универсалии по-прежнему существуют и в современной развлекательной музыке, составляя основу её знаковой системы в условиях массовой коммуникации. «Атомарной едини-

⁸ Конен В. Третий пласт: Новые массовые жанры в музыке XX века. – М.: 1994. – С.16.

⁹ Цукер А. И рок, и симфония. – М.: 1993. – С. 26.

¹⁰ Там же. – С.66.

¹¹ Фишер А., Шабалина Л. Джазовый стиль бибоп и его корифеи. – Екатеринбург: 2005. – С.5.

¹² Чередниченко Т. Музыка в истории культуры. – М.: 1994. – Вып.1. – С.154 – 159.

цей» поп-музыки, которая включает в себя различные формы, жанры и стили эстрадного музицирования, является *шлягер (хит)*, который, по определению К.Акопяна, «представляет собой в достаточной степени эклектичную и безлико-«космополитичную» песню танцевального характера, в основе которой лежит текст любовного содержания»¹³. Триумф «попсового» космополитизма мы можем наблюдать сегодня по всем телевизионным каналам и слышать в радиоэфире, заполняемом день за днём всё новыми и новыми «шедеврами» песенно-танцевального творчества. Основным механизмом достижения популярности становится «техника контролируемого успеха», которой пользуются «закадровые» деятели шоу-бизнеса – продюсеры, звуко-режиссёры, имиджмейкеры. Немаловажным фактором достижения успеха в современном шоу-бизнесе является *мода*, следование за которой обеспечивает попадание в «звёздную тусовку» и взлёт (как правило, недолговечный) популярности. Охваченные агонарным духом соревновательности, современные телевизионные каналы учреждают иерархию самой «покупаемой» и востребованной в массовой среде песенной и танцевальной продукции (лучшая десятка на канале Муз-ТВ). Причём, что интересно, в этой «десятке», как правило, представлена и вся иерархия типов «звёзд»: от романтического юноши до шута-скомороха, которые, надо сказать, успешно перекечевали в современную поп-культуру из средневековых балаганов, менестрельных шоу, вертепов и скоморошских представлений. К ним присоединяются и «иноземные», экзотические типы исполнителей, которые, как правило, вносят оригинальный элемент своей субкультуры в общий пестрый колорит современной поп-музыки. Вокруг этих *поп-идолов* сосредоточена, как сейчас принято говорить, вся «гламурная» тусовка, фабрикуются сенсационные новости, создаются фан-клубы, возникают многочисленные сайты «звёзд» и их поклонников в Интернете. Так, с помощью рекламных технологий и средств массовой коммуникации сегодня создаётся *мифологизированный имидж масскульта*, весьма иллюзорный и *обманчивый в своей доступности*. Соприкасаясь с этим мнимым миром внешнего богатства и благополучия, рядовой обыватель получает возможность ощущать свою сопричастность той культурной общности, которая находится на вершине мировой популярности. Индустрия музыкальной поп-культуры, работающая на доступность своей продукции, ориентирована преимущественно на среднестатистического представителя городской

массы. В связи с этим происходит размывание индивидуальной оценки музыки и усреднение критериев её восприятия, *на смену которым приходит господство коллективного мифотворчества*. Оно выступает сегодня как одно из средств управления и манипулирования массами. К числу наиболее *значимых универсалий*, которые приобретают сегодня в развлекательной музыке *глобальные формы*, на наш взгляд, относятся *технократия, зрелищность и телесность*. О первых двух аспектах мы уже упоминали. Последний же аспект требует, на наш взгляд, более подробного освещения, поскольку вскрывает некоторые особенности масскульта, которые особенно заметно проявляются в последние десятилетия. «Телесность», как известно, одно из проявлений культуры антропоцентрического типа. В искусстве свойством телесности является ориентация на пластические формы выражения и доминирование иконических знаковых систем. В масскульте XX века *телесность* становится одним из знаков, символизирующих переход к самым древним, *архаическим основаниям культуры*, питающимся «резервуаром мифологических образов и представлений»¹⁴. В танцевальной музыке телесное *начало*, тесно связанное со *зримостью пластики, жеста и языка тела*, образует собственную «философию», основанную на *приоритете ритма*. «Ритмическая музыка, – пишет В.Холопова, – таким образом, легко и естественно переводится в другое искусство – танец. Из искусства слышимого она превращается в искусство видимое»¹⁵. Сегодня ритмическая музыка стала, пожалуй, самой главной концептуальной составляющей современной *аудиовизуальной культуры*. Не трудно заметить, что «видео-кратия» является сегодня основой тиражирования продукции поп-музыки, в которой к *шлягеру* присоединяется новый жанр «клип – музыки», о котором следует сказать подробнее. «Виртуальная реальность», создаваемая в современных масс-медиа, постепенно становится основным способом коммуникации музыкального текста (песенного) и его автора и исполнителя со слушателем. Заметим, что законы экранной реальности захватывают практически все сферы музыкально-сценического искусства и кино, создавая условия для тиражирования, рекламы и коммерческого успеха продукции от масскульта (реклама, видеоролики, видеоклипы). Вместе с тем клиповое мышление (англ. «to clip» означает «стричь», «нарезать»), органично существующее в пространстве киноискус-

¹³ Акопян К. Происхождение шлягера из духа фарса // Массовая культура и массовое искусство. «За» и «против». – М.: 2003. – С.254 – 347.

¹⁴ Генис А. Вавилонская башня: Искусство настоящего времени. Эссе. – М.: 1997. – С.188.

¹⁵ Холопова В. Музыка как вид искусства. – СПб.: 2000. – С.40.

ства и кинопроизводства (принципы монтажа кадров в соответствии с хронометражем и т.д.), совершенно непредсказуемым образом «работает» в соединении с пространством и временем музыкальным. В особенности это заметно, когда классическое музыкальное произведение помещается в контекст видеоклипа (об этом в своё время велось много дискуссий, в которых высказывалось мнение, что визуальное восприятие снижает собственно музыкальное впечатление, вырывает отдельные фрагменты из общего контекста музыкального произведения). Это явление существует и в современных рекламных роликах, в которых часто музыкальное сопровождение совершенно абсурдным образом соединяется с видеорядом. Однако заметим также, что эстетика экранной культуры имеет и множество позитивных нераскрытых возможностей для создания новых синтезированных музыкальных форм, в том числе и в академической музыке. Напротив, для современного музыкального шлягера зрелищность видеоклипа, возможности подачи имиджа исполнителя, соединение с ритмопластикой танцевального сопровождения стали наиболее привлекательной формой взаимодействия с публикой. Необходимо заметить, что в настоящее время визуализация музыки и эстетика клипового мышления захватывает все сферы бытования музыки (даже те, которые по природе рассчитаны на слуховое восприятие), что пока проявляется в преобладании бессодержательности и банальности в искусстве, захваченном идеологией масскультуры. В этой связи интересной представляется точка зрения М.Найдорфа, который рассматривает современную массовую музыку как «новый тип музыкальной коммуникации» (в чём с ним солидарны многие исследователи) и, добавим, коммуникации глобальной по своим масштабам. Однако, наряду с признанием этого факта, возникает и предположение о том,

что масс-медиа «по-своему взаимодействует – паразитируя или, наоборот, поддерживая их – с уже сложившимися музыкальнокультурными системами»¹⁶. Думается, что в контексте оппозиции массовой и элитарной музыкальных культур этот вопрос пока не имеет однозначного ответа. В условиях современной реальности, как нам представляется, можно лишь констатировать факт, что массовая музыкальная культура на сегодняшний день лидирует, поглощая другие культурные формы.

Итак, проанализировав сущность, разновидности и универсалии массовой культуры XX века, мы можем сделать некоторые обобщения. Массовая культура представляет собой значительный срез современной глобальной информационной культуры, воздействующий на сознание и мышление людей. В рамках массовой культуры в XX веке формируется новый тип массовой музыки, основанного на глобальных коммуникациях, медиа-технологиях, а также жанровом и стилистическом взаимодействии и синтезе различных типов музыкального мышления. В то же время, ни одна эпоха не отличалась столь агрессивным доминированием в музыкальной культуре потребительской и коммерческой индустрии. *Бизнес и его технологии*, широко применяющиеся в сфере современной поп-культуры, давят на профессиональную музыку, отодвигая на периферию культуры всё, что не вписывается в рамки утилитарно-потребительских стандартов. В этом периферийном пространстве, которое постепенно становится сегодня элитарным, оказались многие талантливые, значительные достижения современной академической музыки.

¹⁶ Найдорф М. Как различаются музыкальные культуры? // Вопросы культурологии. – 2005. – №10. – С.102 – 105.

MASS AND ELITE MUSIC CULTURES IN THE LIGHT OF MEDIACULTURE PROGRESS: OPPOSITION AND INTERACTION

© 2010 T.I.Kuzub^o

Samara state university of architecture and civil engineering

The article is devoted to the problem of the opposition of mass and elite cultures beginning in XX century and on the boundary of XX-XXI centuries. The author analyses the features of interaction of mass and elite music cultures and the reasons for their confrontation in the light of the global media-culture and mass-media progress.

Keywords: mass-culture, elite culture, media-culture, mass-media, synthesis, polystylistics.

^oKuzub Tatyana Igorevna, Assistant of the department of Applied mathematics and computer engineering, Degree-seeker of the department of Cultural studies and Social and welfare activity of the Ural state university named after A.M.Gorky. E-mail: mishak@samaradom.ru