http://www.etnolog.org.ua

Теорія і методологія
Theory and methodology

ДЕЯКІ ПАРАМЕТРИ ВЗАЄМОДІЇ МАСОВОГО МИСТЕЦТВА І ПУБЛІКИ

Микола Мозговий

УДК 7.038.53:78+7.073

У статті висвітлено основні явища та поняття, що відтворюються при взаємодії масового мистецтва та публіки, а також конкретизовано зміст термінів, що застосовують при вивченні подібних процесів.
Ключові слова: *масове мистецтво, взаємодія, реципієнти, публіка, пісенна естрада.*

The basic phenomena and concepts which brightly show up at co-operation of mass art and public are lighted up in the article, and also maintenance of concepts which are used at the study of processes such is specified.
Key words: *mass art, co-operation, recipients, public, song stage.*

Проблема впливу мистецтва на свідомість окремої людини та громади привертала увагу мислителів різних епох, об'єктивно вказуючи на важливість цього фактору в культурах різних часів і народів. Детально аналізувалися джерела влади музики над тими психічними процесами, що складають емоційне тло діяльності й уподобань людини. Потенціал впливу музики, розгортаючись синхронно із розвитком суспільних формацій, визнавався один із найпотужніших, художньо найбільш цілісних та інформативних. Саме тому вивчення взаємодії музичного мистецтва в його масових формах і публіки набуває все більшої ***актуальності*** в постіндустріальну епоху, коли чинники глобальної інформативності та охоплення найширших кіл реципієнтів відіграють визначальні ролі в мистецько-комунікативних процесах. У колі різноманітних напрямків та аспектів цієї проблематики значне місце посідає дослідження естетико-культурологічних параметрів музичної індустрії, що концептуально протистоїть багатьом традиціям «високої» творчості за проблематикою, системою образів, часто – художніми і технологічними засобами. Вторинним і при цьому визначальним суб'єктом цього процесу виступає т. зв. «масова публіка», яка внаслідок різних модифікацій (зокрема й у сфері музично-комунікативних технологій) за своєю сутністю відрізняється від «театральної», «концертно-академічної» індивідуалізованої «публіки» і перероджується в деперсоніфіковані слухацькі кола. Ця реалія не зникає ні внаслідок пропаганди відверто негативно-оціночних концепцій щодо цього явища визначних діячів XX ст. світового рівня (як-от Ортеги-і-Гассета чи К. Ясперса, про що далі), ні поширеного в традиційно зорієнтованій естетиці зіставлень високих досягнень споріднених жанрів «елітної» музики із сумнівним рівнем «масової естрадної музики».

Попри зіставлення властивостей цих гігантських пластів сучасного музично-культурного

http://www.etnolog.org.ua

життя, вони володіють важливими спільними властивостями вже завдяки належності до одного виду художньо-естетичної діяльності людини. Серед них в ракурсі з'ясування аспектів взаємодії реципієнтів значну роль відіграє здатність до емоційної сугестивності та навіть певної імперативності в процесі впровадження тих чи інших ідей і слухових стереотипів в активний естетичний досвід. Сила впливу музики збільшується у зв'язку з активізацією суб'єкта творчості: повторюючи самостійно певні ритми або мелодії (а отже, своєрідно естетично забарвлену ідею), він нагнітає у собі відповідний настрій як відгук на цей зовнішній відгук і часто адекватно спрямовує свої емоції. Ця закономірність, відзначена ще естетичною теорією античності, була підхоплена філософами нового часу, які змістили акцент з етичних у бік психологічно-фізіологічних домінант сприйняття. Так, у руслі картезіанського вчення про афекти німецький вчений А. Кірхер наголошував, що музика викликає низку емоцій – радість, гнів, пристрасть, страх, смуток, жаль тощо. Унаслідок цього він фактично прийшов до тези про залежність сфери психологічних переживань (у тексті цей термін визначено поняттям «дух людини») від слухових образів: людина «то підіймається, то падає, то зовсім розслабляється, то незабаром знову напружується, і під впливом зазначених змін, у тому числі рухливої гармонії звуків.., зазнає певних трансформацій» [1].

Головні позиції такого підходу актуальні й для сучасних естетико-психологічних робіт. Так, С. Рубінштейн, вивчаючи це явище в руслі психофізіологічної теорії та узагальнивши висновки в праці «Буття і свідомість», відзначав, що подразники, відбиті у відчутті, можуть діяти як сигнали і не усвідомлюватись як зовнішні об'єкти [2]. Отже, узагальнена інтонаційність музичного твору не тільки визначає інтенсивність апперцептивної діяльності мозку людини, а й стимулює, спрямовує та регулює її фізіолого-психологічну діяльність.

Переносячи цю закономірність на вищий рівень, підтверджуємо наступну поширену константу: у жанрах, призначених для досягнення тієї чи іншої практичної мети, естетична спрямованість створюваних образів посилюється безпосереднім суспільно-масовим контекстом. Характерним прикладом цього є пласт давньої фольклорної, а згодом і міської, розважальної та трудової календарної пісенності.

В епоху Просвітництва такий варіант теорії афектів критикували через «наївність» і застосування прямих аналогій між звуками певної висоти та почуттями. Хоча це було об'єктивно зумовлено новою фазою в розгортанні філософсько-естетичних досліджень, принципово інших інтерпретацій впливу музики на людину не було випрацьовано. Упродовж доби романтизму домінувала концепція музики як «мови» людської душі, почуттів і пристрастей – індивідуалізованих, гнучких, мінливих, суперечливих, позначених прагненням до досягнення ідеалу [3]. Це вказує на граничну індивідуалізованість суб'єкта сприйняття і самого творця, який зберігає своє дистанціювання з аудиторією, культивує естетичність свого образу навіть шляхом своєрідної міфологізації. Граничні прояви останньої – численні легенди про таких визначних митців, як Н. Паганіні, Ф. Ліст і Р. Вагнер, що активно поширювалися за їх життя [4].

Утім, вже наприкінці XIX ст. у сфері досліджень феномена музичного впливу на свідомість слухачів дедалі більшої ваги набули положення концепції З. Фрейда, згідно з якою мистецтво здатне знищувати заборонені бажання та є засобом захисту особистості від «диких», нездорових імпульсів і примітивних сексуальних потягів, виявляє в цьому свою найвищу естетичну та громадянську функції. У теорії З. Фрейда міститься й важлива для подальшого осмислення феноменів художньої творчості теза про здатність мистецтва підносити ті почуття загальності, тотожності, які потрібні культурним верствам суспільства для спільного переживання вражень, хоча він і відносить таку «загальність» до ілюзій [5]. Саме ці емоції, що є надбанням масової аудиторії, не мали тієї негативної оцінки, якої нададуть їм філософсько-естетичні доктрини першої половини XX ст.

Отже, постає нагальне ***завдання осягнення естетико-культурологічних параметрів взаємодії***, у ході якого стане можливим відхід від різноманітних спрощених параметрів. Адже, здобувши статус об'єктивно-наукового терміну, «масова естрадна пісенність» втрачає негативне забарвлення. Об'єктивація ж, викликана тим, що зразки цього виду творчості набули масового поширення поза залежністю від їхніх мистецьких особливостей, а отже, насамперед у зв'язку з соціологічними влас-

http://www.etnolog.org.ua

тивостями вказаного явища, певною мірою нівелюючи протиставлення «елітне/високе» – «низьке/повсякденне»[6]. Важливо, що можливість широкої трансляції та поширення зразків естрадної пісенності, а отже, і засвоєння широкою аудиторією, набуває особливої ваги як культурологічно-соціологічний фактор[7]. Це стає вагомим естетичним імпульсом і для входження зразків академічного мистецтва в поле масового. Задоволення таких потреб найширшої аудиторії як суб'єкта сприйняття, належачи до естетичних вимірів, засвідчує масовизацію як об'єктивний процес сучасності. У цьому контексті вельми важливою є потреба у фаховому вивченні шляхів впливу популярної естрадної музики на особистість, окремі суспільні групи та соціум загалом. Різні види масової музики завдяки специфічним аспектам їхнього змісту і стилістично-технічним характеристикам сприяють налагодженню безпосереднього контакту сучасних виконавців з масовою, особливо молодіжною, аудиторією.

У зв'язку з таким підходом одним з основних понять, згідно з дослідженнями цього типу культурно-мистецької взаємодії та усталеними науково-практичними стандартами, є термін **«публіка»**. Утім, поширені тлумачення феномена публіки потребують певних застережень, адже вони надавалися відповідно до реалій культурно-мистецького життя певного періоду. Так, на початковому етапі його використання, за В. Далем, під публікою розуміли «товариство, народ, люди, люд». У словнику С. Ожегова це визначення вже уточнене на основі розмежування ситуативної конкретики: 1) люди, що перебувають де-небудь як глядачі, слухачі, пасажири, а також загалом люди, товариство (вочевидь, остання складова визначення несе відбиток метафоричності); 2) суспільство або окремі особи, об'єднані певними загальними ознаками. У цьому визначенні простежується намагання застосувати принципи формування «публіки» за її функційністю – «слухачі», «глядачі» або «окремі особи», об'єднані загальними ознаками.

На Заході класичними в цьому ряду стали праці Г. Тарда, Ч. Кулі, У. Ліпмана. Відтак вагомий внесок у теоретичну розробку проблеми зробили Г. Блумер і Г. Лассуелл. У їхніх творах публіка характеризується як сукупність людей, які чітко формулюють свої інтереси, беруть активну участь у процесі їхньої реалізації та мають свою, публічно поширену думку з цього приводу[8].

Дослідженню феномена публіки присвятив свою творчість Г. Тард – французький соціолог, соціальний психолог і криміналіст. На основі порівняльного аналізу феноменів юрби та публіки в роботі «Суспільна думка і юрба»[9] він розглядає юрбу як множину об'єднаних почуттям, вірою та дією осіб, що зібралися в конкретний час у певному місці. Юрба ж виникає як результат дії законів уподібнення за двома лініями: взаємного уподібнення індивідів, які до неї належать, та наслідування загальних зразків поведінки. Г. Тард описував юрбу як спільноту, якій притаманні ірраціональність, навіюваність, самолюбство і деіндивідуалізація, властива тотальна єдність думки та поведінки. Публіку Г. Тард характеризує як спільноту, де індивід зберігає свої особистісні якості. Якщо юрба об'єднується переважно просторово та емоційно, то публіка визначається вже духовною спорідненістю, не залежною від об'єднаності у просторі. Формування публіки Г. Тард пов'язував із впливом засобів масової інформації, переважно преси, і зазначав, що саме публіка формує громадську думку.

Отже, вчений наполягає на тому, що трансформація юрби в публіку відбулася передусім у зв'язку з розвитком комунікацій. Варто навести його власне визначення цього поняття. На думку Г. Тарда, публіка – це розсіяна юрба, в якій вплив інтелекту став дією на відстанях, що зростають. Утім, в еру розвитку телекомунікаційних технологій з цим твердженням важко погодитися.

Розбіжностей між юрбою та публікою більше, ніж це можна уявити, зауважує Г. Тард, виходячи з досить метафоричного твердження, що входити можна одночасно до кількох видів публіки, тоді як юрба – завжди тільки одна, і в її межах сутність людини розчиняється. У всякому разі, з погляду вченого, юрба попередніх епох – це віджилий соціальний феномен, а майбутнє – за освіченою публікою, що складається з індивідів, які усвідомлюють свою значущість.

Сучасник та однодумець Г. Тарда Г. Лебон – один із засновників соціальної психології та автор однієї з перших концепцій масового суспільства – розцінював рубіж XIX–XX століть як перехідний етап у розвитку західної циві-

http://www.etnolog.org.ua

лізації, видів і способів притаманних їй форм соціальної організації та ієрархії. Проте його роботи, порівняно з працями Г. Тарда, містять суттєві відмінності. Так, ототожнюючи «юрбу» та «масу», вчений вказував на характерні для індивіду в юрбі знеособленість, підвищену емоційність, зниження інтелекту, навіюваність, нетерпимість та консервативність. Натомість, за Г. Лебоном, наслідки діяльності юрби можуть мати як деструктивний, так і конструктивний характер. Лише юрба здатна до виявлення найвищих проявів відданості та безкорисливості. Констатуючи ірраціональність юрб, Г. Лебон, однак, зауважує, що, якби вони завжди керувалися своїми безпосередніми раціональними інтересами, то, можливо, цивілізація не розвивалася б взагалі [10].

Таким чином, наукові праці Г. Лебона і Г. Тарда присвячені з'ясуванню відмінностей між груповою психологією стихійно утвореної громади (юрби) та такою, що притаманна організованому окремими індивідами з певною (естетичною) метою колективові та суто духовному чи інтелектуальному рівні.

У сучасному суспільстві аналіз феномену публіки органічно пов'язаний з функціонуванням масової культури. Однак, як і раніше, у цих працях зберігаються випрацювані попередниками тлумачення масової публіки як «розрізненої.., не пов'язаної безпосередніми контактами» [11] або «сукупності людей, які оперують загальнозначимими символами і концентруючими свою увагу на спільному для них предметі» [12].

Близьким за змістом до цих концептів є поняття аудиторії (від лат. *auditorium* – «слухати»). У даному контексті воно передбачає наявність слухачів лекції, доповіді, радіопередачі та глядачів телепередач. У розширеному тлумаченні аудиторія охоплює усіх членів постіндустріального суспільства. Індивіди, з яких вона складається, виконують функцію споживачів інформації, які отримують потрібні відомості. Як і споживачі на ринку товарів, слухачі та глядачі підходять до щоденного інформаційного потоку селективно, відбираючи лише те, що для них є корисним, приємним або несе пізнавальну функцію. У наукових дослідженнях аудиторія традиційно диференціюється на сегменти за віком, статтю, культурним рівнем, рідше – за національністю та політичними переконаннями.

В індивідів, які утворюють масову аудиторію, є спільні, важливі для них потреби, що не можуть бути задоволені в рамках інших спільнот. До того ж саме ці потреби можна задовольнити, споживаючи послуги засобів масової інформації та комунікації, до яких нині дедалі ширше залучають сучасні інформаційні технології [13]. Внаслідок цього відбувається нівелювання принципових відмінностей між поняттями «публіка» й «аудиторія», що спричиняє формування аналогічних концепцій у дослідницькій літературі. Їх, зокрема, яскраво репрезентовано в теоретичних розробках Г. Джакоба, який простежує провідні тенденції в узгодженні названих понять на підставі найважливіших естетичних тенденцій сучасної поп-культури [14].

Незважаючи на відмінності в авторських тлумаченнях феномену юрби, публіки та аудиторії, усвідомлюючи пріоритетність в остаточній розробці цих складових сучасного понятійного апарату за соціальною психологією, культурологією та антропологією, у контексті дослідження варто наголосити на наступному. Масове музичне мистецтво, виявляючи чіткі сугестивні й імперативні функції, спроможне навіювати публіці певні думки, почуття та інстинкти. Емоційний вплив цього виду мистецтва здійснюється безпосередньо на почуття слухацької аудиторії. Серед феноменів, що характеризують взаємодію масового естрадного мистецтва і публіки – спосіб відбору т. зв. «кращих пісень», з яких формують хіт-паради або «пісні року». Від справжніх конкурсів за участю професіоналів система масової комунікації моделювала до домінування глядацьких симпатій і факту продажу тиражованої продукції; при цьому враховуються результати різноманітних опитувань чи ефірних замовлень. Як наслідок, більшість пісенних зразків, що свого часу займали чільні позиції у таких рейтингах, на сьогодні просто забуті й не затребувані тією ж масовою аудиторію, яка колись дала їм найвищі оцінки. Часто наслідком сприйняття екстравертивно спрямованої масової музики й «ефекту аури», що виникає в цьому процесі, призводить навіть до музичного фанатизму: «Втілюючи найбільш поширені почуття і думки у максимально дохідливій формі, масова музика сприймається мільйонами як своя, близька, власна. Маси людей заражаються її настроями, ідентифікують себе з її героями, засвоюють втілені в ній ідеали» [15].

Фундаментальними історико-мистецькими джерелами естетики масової пісенності є не тільки фольклор, включаючи робітничі пісні як один з перших феноменів урбанізованої культури. Універсальніші основи окреслюються при розгляді процесів, що виявилися при зміні парадигм класицизму та романтизму[16], згодом – романтизму й численних естетико-стилістичних явищ XX століття[17]. У цьому руслі під «масовою естрадною пісенністю» як новим явищем у світовій музиці розуміють усе розмаїття видів естрадної музики, які отримали прихильність масової аудиторії внаслідок розвитку індустрії мас-медіа та електронних технологій. Її естетико-культурологічна парадигма сформувалася внаслідок модифікації елементів естетики фольклорного та класичного музичного мистецтва в руслі специфічних форм розважальності, що виникли внаслідок кореляції виразно окреслених потреб саме «масової аудиторії» і можливостей індустрії, що їх забезпечує (насамперед у ракурсі доступності мистецького продукту і можливості впровадження його в повсякденне життя).

Утім, такому позірно-зовнішньому співвідношенню між індустрією та аудиторією існує альтернатива, що ґрунтується на усвідомленні небувалої досі значущості повсякденного буття людини. Так, не згадуючи про роль звичної молитовно-покаянної практики в житті християнина, Т. Акіндінова пропонує вивчати сприйняття навколишнього світу як такого, що сповнений сакральним змістом. І хоча це типово і для будь-якої автентичної народної культури (тобто наповненість сакральними знаннями щоденної практики), дослідниця мотивує посилення інтересу до естетики повсякденності «потребою оновлення європейської свідомості історичним досвідом культур, що зорієнтовані насамперед на цінність споглядання, але не стільки заглиблення в надра людської душі, скільки на сприйняття довкілля як сповненого сакральних змістів»[18].

Шукаючи не альтернативи, а об'єктивних обґрунтувань закономірностей специфіки розвитку різних форм масової культури в об'єктивних історичних процесах, приходимо до наступного. Формуванню естетичних параметрів масової пісенної естради можна відшукати аналогії в об'єктивних вимірах класичного мистецтва, зокрема в дотриманні певних еталонів, таких як простота, загальнолюдські цінності, ідеал, універсальність, наслідування традиції тощо. Подібна проблематика достатньо широко досліджується сучасними науковцями, при чому в переважній більшості робіт особливу увагу спрямовано на виявлення тих класичних елементів і структур, які в масовій музиці відіграють роль естетичних, формотворчих і мовно-виразових стереотипів[19]. Так, фактор простоти, будучи одним із визначальних у мистецькій структурі шедеврів світової культури, в галузі масової музичної культури спирається на невибагливість стилістики, легке сприйняття демонстрованих почуттів чи опис подій. Серед важливих жанрових аналогій – жанр мелодрами, де важливу роль відігравала музика та був закладений принцип ідентифікації глядача з персонажем, що в умовах панування постіндустріальних парадигм можна з достатньою мірою адекватності сприймати як аналог симулякра[20] справжніх переживань або простого співпереживання герою пісенного сюжету, типового для сучасного естрадного пісенного мистецтва. Класичні джерелах містять й такі естетичні параметри, як чітке структурування і відповідність стилістичним константам, що сприяє легкому сприйняттю внаслідок органічного перебування суб'єкта (чи то окремого слухача, чи масової аудиторії) у межах певної усталеної традиції сприйняття. Серед таких констант – виразна мелодичність зразків масової пісенної естради, що спирається на досвід і національної, і європейської мистецької вокальної традиції (фольклорної, оперної і концертної). Особливу популярність в української масової аудиторії мають твори, що серйозністю вислову спонукають до рефлексії[21].

При оцінці широкою аудиторією зразків масового мистецтва виникає доволі цікавий парадокс. Не тільки деякі виконавці відокремлюються від загального «масиву» представників того чи іншого напряму творчості, набуваючи позицій «класики»[22]. Індустрія масового мистецтва серед них створює певні «культові» персоналії («зірки»), які оцінюються поза параметрами того жанру, що репрезентує їхнє мистецтво. Утім, назагал існує естетичне дистанціювання прихильників різних напрямів, найвиразнішим прикладом якого є глобальна опозиція «рок» – «попса». Нівелювання цього протиславлення можливе тільки за умови застосування

http://www.etnolog.org.ua

культурологічно-мистецтвознавчого дискурсу. Попри сприйняття масової пісенної естради більшістю як зразків мистецтва з належним критерієм художності, вона все ж є частиною сучасної повсякденної культури (за винятком індивідуальної концертної практики, що перетворюється на «свято» із задоволенням насамперед естетичних потреб). Стереотипи масової свідомості при цьому підносять повсякденне загальнодоступне та загальнозрозуміле явище до вищого рангу, естетизуючи його та уявно виводячи за межі повсякденності. На це спрямована й естетика естрадно-пісенних шоу, організованих за принципом потоку інформації і в такому вигляді репрезентоване й у численних телевізійних програмах.

Важливим для осмислення сутнісних аспектів проблематики взаємодії масового мистецтва і публіки є розуміння того, що перша складова схильна до спрощення проблем хоча би завдяки поширенню різноманітних кліше [23] і прикрашання повсякденності уявною причетністю до світу «свята» чи ж, навпаки, імітації зникнення дистанції між виконавцем і публікою. На це спрямовані, зокрема, естетика вбрання естрадних виконавців (на сьогодні дуже рідко мова може йти про сценічний костюм, натомість часто експлуатується повсякденний одяг), сценічної поведінки (сходження у зал чи фрагментарне залучення публіки до «виконання» на відміну від академічної музичної культури, де дистанціювання [24] зберігається за будь-яких обставин). Подекуди важливим чинником естетики того чи іншого виконавця виступає свідоме нехтування еталонністю класичного вокалу тощо. Сценічний образ (який є категорією публічною, завжди зорієнтованою на публіку і призначеною для впливу на людей) у сукупності різноманітних естетичних факторів розрахований на «пізнаваність» виконавця масовою публікою як «свого», що привносить в естетику потужний психологічно-соціальний чинник.

Утім, у такій «пізнаваності» криється, з точки зору мистецької естетики, загрозливий фактор: пісенний стиль внаслідок насиченості певним типом інтонаційних формул, що свого часу були знахідками, сприймається як наслідок тиражування і тому з часом «знижується» до рівня повсякденного фону [25]. Альтернативою цьому виступають певні стилі та напрямки масової музичної культури, що привносять у масову естрадну пісенність чинники самобутності, оригінальності як на стилістичному рівні, так і у виконавське мистецтво співаків, естетично вразливих до таких впливів. Серед них варто назвати популярні в різні періоди розвитку масової естради пісенний, модальний і вільний джаз, джаз-рок і фьюжн; фолк-рок, «нову хвилю», арт-рок, різновиди важкого року («хард», «хеві-метал», «треш», «дет») та ін. Як естетичні явища серед масиву естрадної пісні з її виразними пісенно-романсовими витоками сприймаються інкрустації незвичних інтонаційних формул, притаманних цим стилям [26], впровадження принципів баладно-блюзового компонування й виконання, спонукаючи масову аудиторію до відповідної емоційної реакції.

Проте цей вид відгуку особистості на зовнішні імпульси не завжди виникає одразу після їх сприйняття. Згідно з інформаційною теорією, позитивні емоції викликає будь-яка нова естетична інформація або розширення інформаційного поля. Новизна такої естетичної інформації, передусім новизна за формою, спершу автоматично викликає у глядача задоволення, афект (емоцію). Водночас на цю закономірність впливає фактор попередньої поінформованості глядача. Суть його впливу в тому, що, якщо попередній естетичний досвід глядача не включає відповідних подібних реактивних звичок, то свіжа інформація буде цілком новою для нього і перевищить його естетичні сподівання. За відсутності ж нових естетичних подразників глядач залишиться байдужим або його естетична реакція матиме негативний характер.

Таким чином, актуалізація естетики взаємодії мистецтва і публіки в галузі сучасної популярної естрадної музики відбувається завдяки критичному осмисленню попередніх здобутків світової та вітчизняної музично-естетичної думки, а також урахуванню накопиченого естетично-культурологічного та соціологічного досвіду. Аналізуючи сучасну масову музичну культуру на предмет актуалізації естетики її сприйняття публікою, можна виокремити стильовий і жанровий підходи до класифікації її видів і форм. Стильовий підхід, як більш загальний, передбачає історично обумовлену класифікацію і трансформацію стильових напрямів популярної музики за врахування їхньої актуальності з погляду еволюції потреб публіки в певний історичний період. Жанровий підхід

http://www.etnolog.org.ua

ґрунтується на історичному поділі на жанри в межах певних стилів (наприклад, джазу, рок-музики, поп-музики, диско тощо) і спрямований на дослідження специфіки їхнього суспільного побутування й еволюції. Водночас подальшого поглибленого дослідження вимагає понятійно-категоріальний апарат, пов'язаний із функціонуванням сучасної масової музики.

Однією з основних причин актуалізації цього завдання є зорієнтованість типової естетики на систему категорій класичного мистецтва (з особливою увагою до відтворення «прекрасного»), яка недостатня навіть вже для модерного й авангардного стилів і потребує значних кореляцій до явищ зі сфери масової музичної культури, в т. ч. й естрадної пісенності. Науковій чіткості не сприяють і ті методологічні позиції, що виявляються у сприйнятті останніх як кітчу (хоча це явище притаманне і модернізму, і авангарду), примітивної культури або й «некультури», тобто продукту індустрії, позбавленої естетичної змістовності (індивідуальності, складності, глибини, системи семантичних значень чи стилістичної оригінальності тощо). Утім, сучасний естетичний досвід не тільки представників «масової аудиторії», а й елітних прошарків суспільств тією чи іншою мірою вміщує її як свою складову: «досвід – це те, чим володіє кожен індивід і що формується у його взаємовідносинах з оточуючим світом. Тому досвід – закономірно рухливий, мінливий […] у музичному досвіді першим складається сприйняття, а сам досвід включає в себе як різні форми музичної діяльності, так і позамузичні чинники – всі види сенсорної діяльності, мовні акти, емоційний, соціокультурний контекст спілкування…» [27].

Саме внаслідок того, що масова музична культура і музична естрада як її складова володіють естетичними механізмами впливу на масову свідомість, ці механізми обов'язково існують та актуалізуються в персональному досвіді, навіть якщо прийняти негацію поняття «тривіальність» (та часто вживаний замінник «повсякденність»), що часто застосовуються до цих глобальних явищ. Так, навіть механізм стереотипізації в її межах спрямований на створення середовища, в якому більшість результатів (чи продуктів) творчості (або індустрії), переважно у стилістиці й естетиці популярних жанрів, виявляються «звичними» (але долученими до художнього досвіду), «тривіальними» (спрямованими до ілюзій, що заміщують ідеал). Естетичним механізмом реалізації «тривіального» контексту є ескепізм, наслідком дії якого у сфері сприйняття зразків музичної естради є насолода в крайніх формах вияву, гедоністичні естетичні реакції аж до нарцисизму. Масовий слухач сприймає певний масив творів, часто в межах певних пісенно-виконавських стилів (як-от «ретро» [28]), як відображення своїх переживань, відбиття свого «Я» і не схильний до сприйняття інших [29]. Ілюзія ж повсякденної причетності до прекрасного, серед основних способів досягнення якої – регулярна трансляція концертів, шоу тощо, – викликана компенсаторними функціями культури і психологічною потребою кожного окремого представника масової аудиторії цю компенсацію отримати.

[1] Цікавим нюансом у тлумаченні науковця специфіки взаємодії музичного мистецтва та індивідуума є спроба виявлення прямого взаємозв'язку між його уподобаннями та загальним характером того чи іншого твору. За А. Кірхером, «меланхоліки люблять серйозну, не переривчасту, смутну гармонію. Сангвініки, завдяки легкій збудливості, задовольняються танцювальним стилем. Гармонізації музичних рухів прагнуть холерики, у яких танці спричиняють сильне скипання жовчі. Флегматиків збуджують тонкі жіночі голоси...» [*Кирхер А.* Мусургия универсалис // Музыкальная эстетика Европы XVII – XVIII веков. – М., 1971. – С. 208]. Цей розподіл, попри всю його спрощеність, дозволяє виявити своєрідну «протоідею» масовизації музичного мистецтва на основі узагальнень жанрово-стилістичних закономірностей впливу на аудиторію, представлену різними психологічними типами.

[2] *Рубинштейн С.* Бытие и сознание. – М., 1957. – С. 220.

[3] Найглибші джерела цих естетично-мистецьких устремлінь у європейській практиці, на відміну від узагальнено-синтетичного раціонального «ідеалу» класицизму, у можливості особистісного досягнення катарсису, декларованого давньогрецькими філософами.

[4] Схожий механізм задіяний сучасною «жовтою» пресою, хоча з іншою метою — пониження, «усереднення» банальністю квазі-сенсаційних новин-напівлегенд про життя того чи іншого популярного виконавця чи композитора. Утім, у реаліях романтизму такі методи мали насамперед мистецько-естетичне забарвлення.

[5] Див.: *Фрейд З.* Будущность одной иллюзии / Пер. с нем. – М.; Ленинград, 1930.

[6] Протиставлення «елітарної» і «масової» культур за етичними й естетичними критеріями, що набуло вигляду естетичної доктрини на початку XX ст. і поширилося на всі види мистецтва, в т. ч. і музичного, притаманне й різним науковим практикам сьогодення. Основним концептом такого світоглядно-методологічного наставлення є сприйняття явищ масової культури як загрозливих (тривіалізуючих, вульгаризуючих тощо) для високих цінностей класичного мистецтва у широкому сенсі цього терміну. Втім, у сучасних працях чіткої розподільної лінії між явищами «масової» та «елітарної», як і «народної» (тобто створюваної у надрах тих же «народних мас») не проведено.

http://www.etnolog.org.ua

[7] При вивченні естетико-культурологічних параметрів важливо враховувати й те, що і у свідомості пересічного реципієнта, і в наукових працях масова естрадна пісня сприймається як частина аналогічного типу культури. Це зумовлює спрямованість її розвитку, але не зводиться до меж «масовості», адже вживається і в камерній, і в індивідуальній практиці.

[8] Подальше осмислення феномену публіки пов'язане з розвитком соціальної психології, теорії комунікації, поступом культурології і мистецтвознавства. Публічна думка в найзагальнішому значенні трактується як схвалення або засудження публічно культивованих позицій і поведінки, що висловлюються суспільством загалом або окремою його частиною. Закрема, його притримувався один з провідних культурологів середини і другої половини минулого століття Е. Тоффлер [*Тоффлер Э.* Третья волна. – М., 1999. – С. 724]. Також понятійність виразу «громадська думка» (public opinion) слід розуміти, відзначає В. Тєрін [*Терин В.* Основные направления исследований теории массовой коммуникации // СОЦИС. – 1997. – № 11. – С. 25–31], саме як думку цих «кваліфікованих представників», а не як численні уявлення хаотичної маси споживачів інформації.

[9] Див.: *Тард Г.* Общественное мнение и толпа. – М., 1999.

[10] Див.: *Лебон Г.* Психология народов и масс. – СПб., 1995.

[11] «Массовая культура» – иллюзии и действительность: Сб. статей. – М., 1975. – С. 45.

[12] *Лебон Г.* Психология народов и масс.

[13] Водночас варто наголосити, що поширенню розуміння аудиторії саме в такому усередненому аспекті сприяло колосальне розростання мережі засобів масової комунікації.

[14] *Jakob G*. Kunst, die sregen nilft! // Neune Zeitschrift für Music. – 1997. – № 2. – S. 16–19.

[15] *Сохор А.* Массовые жанры / А. Сохор // Музыка XX века. Очерки: В 2 ч. – М., 1980. – Ч. 2. – Кн. 3. – С. 445.

[16] На цьому наголошував ще 1925 р. Х. Ортега-і-Гассет, який вбачав у масовизації всіх сфер культурного буття ознаки дегуманізації мистецтва: «Романтизму весьма скоро удалось завоевать "народ", никогда не воспринимавший старое классическое искусство как свое. Враг, с которым романтизму пришлось сражаться, представлял собой как раз избранное меньшинство, закостеневшее в архаических "старорежимных" формах поэзии. С тех пор как изобрели книгопечатание, романтические произведения стали первыми, получившими большие тиражи» [*Ортега-і-Гасет Х.* Дегуманізація мистецтва // Вибрані твори. – К., 1994. – С. 220].

[17] Так, стандартизована естетика була приналежністю пісенної естради і в період т. зв. соціалістичного суспільства. Одним з основних чинників такої стандартизації були механізми впливу держави на масову культуру, зумовлені доктриною обмежень індивідуальних проявів яскравих особистостей.

[18] *Акиндинова Т.* Об историко-культурных истоках эстетики повседневности // Эстетика в интерпарадигмальном пространстве: перспективы нового века. Материалы научной конференции 10 октября 2001 г. Серия «Symposium». – СПб., 2001. – Вып. 16. – С. 10.

[19] Див.: *Behrens R*. Synthetische Geigen am Pophimmel: User Kunstmusikelemente in der Unterhalymusic // Neune Zeitschrift für Music. – 1997. – № 2. – S. 26–30.

[20] Розробка теорії симулякрів, розпочата у зв'язку з дослідженнями давньогрецьких міфів і культів, в середині минулого століття П. Клосовським, спочатку застосовувалася для вивчення внутрішніх імпульсів індивіда. У «класичному» трактуванні Ж. Бодріара симуляційні коди в сучасному світі скеровують масові комунікації, моду, мистецтво тощо.

[21] До осмислення ґрунтовних проблем сьогодення спонукає й естетика, здавалося б, вкрай «карнавального» образу з усіма показовими для нього атрибутами клоунади та балаганного мистецтва – Вєрки Сердючки. Обраний виконавцем стиль пародіювання, хоча й сприймається переважно як гранично розважальний, містить усі ознаки театру абсурду і при цьому спонукає до глибокого осмислення і особистісних, і суспільно-громадянських проблем за принципом «кривого дзеркала». Як наслідок, кожен виступ межує з «новиною», своєрідною «сенсацією», створюючи паралель з естетикою сучасного телебачення.

У масовій музичній культурі методи спеціального спотворення дійсності (естетика і стилістичні особливості панк-року, «нової хвилі», пародійних сценічних образів) посідають важливе місце як характерна для постмодернізму деконструкція. Ще одна площина споріднення цих явищ криється в помірній орієнтації на авангард (натомість апелюванні до еклектики) у постмодерністських творах та їх зв'язок з комерційними індустріями на ґрунті широкого використання принципів наслідування, імітації тощо.

[22] Отже, у кращих зразках все ж йдеться про чинник індивідуальності, що руйнує обмеження стандартності. Та й навіть естетичне задоволення від багатьох пісенних «новинок», що по суті є стандартизованими шлягерами, викликане їхньою своєрідною «новизною» на тлі інших постійно трансльованих зразків.

[23] Хоча кліше як такі мало відносяться до естетичних явищ, у межах масової культури вони відіграють роль естетичного симулякра поведінково-психологічного характеру. Так, у сюжетній сфері еротичної спрямованості типовим, зокрема, є мотив взаємостосунків. Їх подання як естетичного параметру повсякденності виразно ілюструє, скажімо, наступна формула поведінки: «красиво ты вошла в мою грешную жизнь, красиво ты ушла из неё». З одного боку, тут приховано модний на сьогодні образ жінки-вамп, з другого – викликається симпатія до її партнера, якому «разбили душу», але який залишається в образі «джентельмена», «героя» (хоча він ситуативно виступає невдахою). Додаючи візуалізацію персонажу цього сюжету у відомому кліпі В. Меладзе, отримуємо широко тиражований «зразок для наслідування», естетично спрямований «еталон».

[24] Утім, критерій відсутності дистанціювання, особливо часто застосовуваний у соціологічних дослідженнях середини минулого століття, належить до формальних, зовнішніх характеристик масової культури.

[25] У цьому ракурсі близьким до естетичних параметрів взаємодії масового естрадно-музичного мистецтва є вимір моди, характеристики якої ґрунтуються не стільки на естетичних, скільки на культурологічно-соціологічних чинниках. Мода на той чи інший вид масової пісенної естради, окремих виконавців і гурти значною мірою визначає спрямованість цієї взаємодії. «Модний» автор, композитор чи аранжувальник і звукорежисер – явище, аналогічне до літературного, візуального, театрального мистецтв XX ст. Існує мода на певний жанр, зовнішні прийоми оформлення номера і стиль поведінки артиста на естраді. Досить складно встановити закономірності цього процесу, ще складніше підготувати музичний твір «на замовлення», який набуде широкої популярності та стане модним. Проте естетикою моди передбачено й забуття «модних» творів вже невдовзі після їхнього гучного часу «прем'єр».

[26] Ця риса вказує на спорідненість масової музики з академічною на основі принципів гри стилів і стильового діалогу, внаслідок яких відбувається адаптація і переосмислення чужорідних стилістичних елементів.

[27] *Березовчук Л.* Процессы категоризации в музыкальном опыте (Психологический подход к проблемме музыкального языка) // Музыкальная ком-

http://www.etnolog.org.ua

муникация: Сб. научн. трудов. – Серия: Проблемы музыкознания. – СПб., 1996. – Вып. 8. – С. 109.

[28] За своєю семантикою прояви ретро-стилістики (хоча й позірно-зовнішня імітація акустики звучання старої грамофонної платівки, що, по суті, виказує дію методу пародіювання) засвідчують спорідненість із пастішем – тенденцією наслідувати стиль іншого історичного періоду.

[29] Доволі цікаво, що, скажімо, у рокові, як формі світобачення й одному із самобутніх на час створення і в подальші десятиліття проявів контркультури, що здобула аудиторію масової музичної естради, відбито естетично-концептуальні елементи анархізму, фрейдизму, екзистенціалізму, просвітництва, сюрреалізму та східних містичних вчень, а також інших, часом протилежних за сутністю, естетичних теорій. Саме тому деякі стилістичні напрямки розвитку рок-музики отримали відповідні назви, як, скажімо, «психоделічний рок» або «психоделіка».

В статье освещены основные явления и понятия, которые ярко проявляются при взаимодействии массового искусства и публики, а также конкретизировано содержание понятий, которые применяются при изучении процессов такого рода.

Ключевые слова: *массовое искусство, взаимодействие, реципиенты, публика, песенная эстрада.*