

7. Лихачев Д. Книга беспокойств [Текст] / Д. Лихачев. — М. : Новости, 1991. — 526 с.
8. Малер Г. Письма. Воспоминания [Текст] / Г. Малер. — М. : Музыка, 1968. — 607 с.
9. Шёнберг А. Письма [Текст] / А. Шёнберг. — С.-Пб. : Композитор, 2008. — 464 с.

УДК 782/785 : 004

Інна Довжинець

КЛАСИЧНА МУЗИКА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

В сучасну добу багатогранних комп'ютерних можливостей в актуальному використанні є майже вся існуюча музична література. Представлений в аудіо та відео-форматах широкий спектр класичної музики пропонує різноманіття виконань: від визнаних еталонних інтерпретацій майстрів до учнівських академічних виступів. Слухачу достатньо натиснути кнопку і, не виходячи з дому, він отримає достатньо якісний музичний продукт. В таких умовах *актуальним* постає питання живого концертного виконання. Чи потрібно воно в епоху інформаційного суспільства? Які позиції займає в музичному просторі сьогодення? Як функціонує і трансформується залежно від соціальних змін, що характеризують життєву реальність? На дослідження цих питань спрямована дана наукова розвідка. Вона ставить за *мету* проаналізувати процеси, які відбуваються в академічному концертному виконавстві на сучасному етапі.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій на початку третього тисячоліття обумовив зміни в усталених формах соціокультурної діяльності. Досліджуючи характеристики інформаційного суспільства, російський філософ Е. Павлова відзначає, що інформаційний простір ХХІ ст. суттєво відрізняється від постіндустріального суспільства кінця минулої історичної доби. «У сучасному суспільстві відбуваються складні процеси становлення й одночасно руйнування інститутів і соціальних структур» [16, с. 14]. Ці «катаклізми», що тор-

кнулися й сфери музичного виконавства, привернули до нього значну увагу дослідників. Проблеми існування концертної діяльності та її адаптації до нових історичних умов сьогодні активно вивчаються музикознавцями. Зокрема, аналізуються питання: взаємодії виконавця і публіки [8], пошуку нових форм концертного виступу [22], сутності й значення конкурсного руху на сучасному етапі [18] і т. ін.

Одним з критеріїв художньої цінності мистецтва є його оригінальність. Під оригіналом, зазвичай, розуміється витвір мистецтва, який не має аналогів, і тому є унікальним і неповторним. Так, розмірковуючи над ціннісними орієнтирами в мистецтві, сучасний німецький філософ П. Слотердайк зауважує, що все, що справжнє, існує як «оригінал», – обмежено рідкістю свого прояву [20, с. 125]. Наведене висловлювання цілком можна віднести й до самого процесу творення, який відбувається в акті концертного виконання. Стосовно унікальності останнього видатний італійський піаніст Ф. Бузоні проголошував: «У понятті “творчість” міститься поняття “нового”; взірць є великим завдяки тому, що відхилився від свого попередника...» [2, с. 149]. Виходячи з цього, зрозуміло, що ніяка, навіть якісна, копія не може замінити «оригінальності» одиничного концертного акту, в якому процес творення відбувається «тут і зараз», і саме в цьому, як підкреслює інший німецький філософ В. Бенямін, виявляється «його унікальне буття...» [1, с. 18].

В умовах концерту відбувається «зустріч трьох активностей» – основних учасників музичної комунікації: композитора – виконавця – слухача, в якій «композитор і виконавець прагнуть висловитися, передати слухачам свої ідеї, думки, почуття; але й слухач, як стверджує В. Медушевський, також виступає як активна сторона...» [13, с. 121]. Слід зазначити, що комунікаційні процеси в музичному мистецтві неодноразово поставали об'єктом наукового дослідження. Концептуальне теоретичне обґрунтування вони отримали в роботах провідних російських вчених – В. Медушевського, Є. Назайкінського, А. Сохора, українських музикознавців – О. Берегової, О. Катрич, Л. Опарик та ін. Зокрема, Є. Назайкінський, визначаючи основні компоненти художньої комунікації (композитор – виконавець – слухач), зауважує, що існують і побічні складові, до яких науковець відносить звукозапис [15, с. 23]. Водночас, в реаліях сучасного життя, коли техніч-

ні засоби музичного відтворення набувають найбільшого поширення, має місце деяке зміщення значимості складових в структурі музичної комунікації: звукозапис, який виходить на провідні позиції, перетворюється на витісняючий фактор по відношенню до однієї з основних її складових – виконавця. Саме він – центральна фігура в умовах концертної актуалізації твору, виявляється «зайвим» в процесі технізованої передачі музичного повідомлення, причому як для слухача, який в отриманні інформації може обходитися без безпосередньої участі виконавця, так і для композитора, якому для реалізації творчих планів в певній мірі виконавець стає не потрібним. Так, досліджуючи роль музичних комп'ютерних технологій в сучасній композиторській практиці, український музикознавець І. Гайденко звертає увагу на те, що нові технології змінюють творчий процес композитора та його результати. «Стають реальними новітні форми буття музичного твору..., існування комп'ютерного музичного виконавства» [4, с. 1]. Аналогічну думку висловлює й російський вчений В. Срохін, який констатує: «завдяки комп'ютерній техніці автор музичного твору може (коли він цього хоче) відчувати себе незалежним від виконавського цеху, за допомогою комп'ютера він може озвучити свій нотний текст, не прибігаючи до послуг інструменталістів, а отже – може виступити в ролі віртуального виконавця власної інструментальної композиції» [7, с. 176]. За таких перетворень в системі музичної комунікації важливою постає проблема творчої реалізації виконавця, оскільки вся його діяльність спрямована на слухача. Як зазначає російський музикознавець Л. Гаккель, саме слухач є об'єктом «прямої мови» виконавця і до нього звернена виконавська творчість [5, с. 3].

Аналізуючи відносини музиканта і публіки, відомий німецький диригент В. Фуртвенглер підкреслював: «Музика, як мистецтво, передбачає співтовариство..., в музичному житті публіка завжди грає безпосередню, як би персоніфіковану роль» [23, с. 186]. На думку видатного піаніста А. Шнабеля, «публіка – одне з самих туманних понять» [25, с. 175]. Розкриваючи її якості як маси, німецький філософ-екзистенціаліст К. Ясперс визначав, що публіка – це пов'язані сприйнятими словами і думками люди, які не розмежовані у своїй належності до різних прошарків суспільства, множинність, яка втілює у собі суспільну думку про духовні цінності, при цьому її загальна

думка не є думкою жодної окремої людини [26, с. 313]. Як об'єкт, на який спрямована виконавська діяльність, публіка, з точки зору В. Фуртвенглера, «не множинність одинаків, а люди, які відчують і реагують як співтовариство». Музикант вважав, що публіка «представляє того уявного слухача, якому артист адресує своє мистецтво» [23, с. 177].

Слід відзначити, що у підготовці до виступу виконавець розраховує не на якогось невизначеного адресата. Він завжди чітко уявляє публіку, яка буде присутня на концерті, і навіть певним чином «прораховує» її. У разі академічного класичного концерту – це в першу чергу музиканти-професіонали, а також підготований слухач, який знається на класичному мистецтві: має слухачський досвід, представлення про норму і може оцінити майстерність виконавця. Він відкритий для сприйняття і має установку не на експертну оцінку (правильність нотного тексту, штрихів, відповідного до авторського тексту нюансування, педалізації і таке інше, що є полем діяльності критики), а на отримання задоволення, радості від спілкування з музикою і майстерністю виконання. Активність слухачького сприйняття виявляється не тільки у здатності емоційно переживати музику разом з артистом, але й відгукуватися на послані нею емоції. Зворотна хвиля, яка виявляється у застиглій тиші залу в моменти напружено завислих пауз, нестримних вибухах аплодисментів, щирому захваті вигуків «браво» здатна надихнути музиканта, піднести його на новий виконавський рівень. Аналізуючи процеси зворотного зв'язку артиста з аудиторією, один з найвідоміших британських психологів сучасності, Г. Вілсон, вказує, що в ідеалі цей процес розвивається по спіралі: публіка виражає схвалення, впевненість акторів в собі зростає, якість їх гри підвищується, аудиторія приймає їх ще краще і так далі [3, с. 43]. Саме так і відбувається на найкращих, найуспішніших концертах класичної музики, зазначає В. Холопова: «Слухач приходить з певним очікуванням, безперервно відгукується на кожний емоційно-виразний нюанс твору, що виконується, передає свій імпульс артистам на сцені, зал і музика зливаються в єдине ціле» [24, с. 35–36].

Бути зрозумілим і прийнятим публікою є головною метою виконавця. Для нього істинною радістю є поділитися з нею своїми відкриттями, емоціями, показати свою майстерність. Для цього він витрачає

велику кількість часу на підготовку програми, мобілізуючи фізичні, інтелектуальні, емоційні, духовні зусилля. Усі параметри «уявного слухача» він закладає у продукт своєї творчості.

Водночас для виконавця музика є засобом впливу на публіку, оскільки в умовах концертного акту можливе досягнення вищого духовно-емоційного результату дії мистецтва на людину – катарсису. Слід зазначити, що катарсис, який визначається традиційно як естетичне явище, первинно є соціальним феноменом. На ранніх етапах історії людства він практикувався у колективних формах (давньогрецький театр, середньовічний карнавал та ін.). У психології мистецтва цей термін, зазвичай, використовується стосовно реакції слухача (глядача). Зокрема, у тлумаченні слова зауважується, що особливістю досягнення катарсичного стану є переживання дійства в особистій причетності до нього [17]. Такого ефекту не можна досягти при прослуховуванні запису. Як констатує Г. Вілсон, основна відмінність між відвідуванням «живого» музичного концерту і переглядом телепередачі полягає в почутті причетності соціальної події [3, с. 43].

Важливою відзнакою концерту є створення емоційної ситуації, в яку включаються і публіка, і виконавець. Саме це відрізняє концерт від простого інформування. За визначенням сучасного російського філософа В. Савчука, інформація, сама по собі байдужа та емоційно непричетна, «купірує здатність емоційного реагування». Вона не залучає людину у потік подій, а, навпаки, примушує дистанціюватися від нього, оскільки події, про які повідомляється, відбуваються без особистої участі адресата. Глибина переживань в ній компенсується швидкістю, калейдоскопічною зміною фрагментарних повідомлень, безперервністю й надмірністю [19, с. 1–7]. «Сегментована, і водночас міцно сплетена інформаційна мережа формує подібного до себе різоматичного користувача: інформаційно мобільного, що без зусиль схоплює й відштовхує від себе фрагменти інформації...» [19, с. 5]. А «для свідомості, яка дозволяє звідусіль себе інформувати», – стверджує П. Слотердайк, – все стає проблематичним та байдужим» [20, с. 98].

Відомо, що умовою проведення будь-якого концертного заходу є наявність певного простору і витрата певного часу. Досліджуючи хронотоп концерту, слід відзначити, що ця форма дозвілля, яка до-

ставляє насолоду та приносить заряд позитивних емоцій, в сучасну швидкісну добу вимагає стислих часових меж. Сьогодні слухач не налаштований на занадто довге прослуховування концертної програми – і це є загальносвітовою тенденцією. Так, виходячи з власного закордонного виконавського досвіду, відомий український композитор і баяніст В. Зубицький зізнається, що західна публіка без захвату сприймає «безрозмірні» концертні програми, а також твори великої форми [9, с. 25]. Звична до миттєвого отримання будь-якої інформації, причому в «максимальному об'ємі за мінімум часу», вона «цю формоутворюючу схему» переносить і на слухацьку діяльність, і з цим не можуть не рахуватись виконавці [9, с. 25, 30]. Великі полотна тому звучать вкрай рідко. Усвідомлюючи вказані фактори, композитор узагальнює: «Треба писати твір на 4–5 хвилин і не більше, тому що слухачі не в змозі довго концентрувати увагу» [12].

Іншим важливим моментом сучасного життя є те, що в умовах можливості отримання музичної інформації у будь-який слухний час, слухач повинен мати певну додаткову мотивацію, щоб відвідати концерт (наприклад, послухати улюбленого виконавця, потрапити на музичну прем'єру, відвідати «престижний захід», «вийти у світ» і т. ін.). Якщо така мотивація навіть і присутня, то відвідування концерту все одно є певною мірою примусовим моментом, оскільки ця дія не є обов'язковою, і для її втілення потрібно витратити деякий час і докласти додаткових зусиль (одягнутися, вийти з дому, проїхати в транспорті і т. ін.). Слід також зазначити, що концерт не є повсякденною подією, відвідування його потребує певного емоційного настрою й готовності до сприйняття. Так, А. Сохор і З. Казанджиева-Велинова виділяють формування установки на слухання музики в окрему «докомунікативну фазу» процесу сприйняття [21, с. 44, 10]. Наведені обумовленості відвідування концерту, що передбачають можливість вибору, виявляють ще одну важливу якість публіки, яку сучасний російський дослідник Е. Дуков формулює як здатність «до вільного самовизначення» [6, с. 152].

Присутність на концерті неодмінно забезпечує слухачеві зустріч з музикою (конкретним музичним твором і конкретним виконавцем) і, як зазначає Є. Назайкінський, вимагає від нього «великої активності й зосередженості» [15, с. 59]. Ці властивості сприйняття

можуть бути не потрібними в умовах побутового аудіо-відео прослуховування музичного твору, оскільки є можливість перетворити його на комітатне (попутне) слухання, в якому музика є фоном для будь-якої позамузичної діяльності. До того ж, сама зустріч з музикою зовсім не гарантована наявною можливістю доступу до засобів музичної інформації. Не обмежене визначеними часовими рамками, наділене здатністю здійснити «заплановану зустріч з музикою» у будь-який момент, аудіо-відео прослуховування дозволяє відкласти її «на потім», що, у кінцевому рахунку, може призвести до того, що ця зустріч не відбудеться ніколи.

Художнє спілкування виконавця зі слухачем передбачає також наявність певного реального простору, в якому відбувається процес комунікації. Так, серед варіантів оточуючого музичне виконання позамузичного середовища Є. Назайкінський називає простір великих концертних залів [15, с. 116], до числа яких, безумовно, належать основні осередки класичного мистецтва – філармонії. Аналізуючи історію становлення публічного концерту, Є. Дуков відзначає: «Ми звикли до того, що філармонічна («серйозна») музика існує у особливому стерильному просторі, перш за все, – в особливому концертному залі, причому краще, якщо в цьому концертному залі нічого, окрім “серйозної музики” – встояної та опробованої – з’являтися не буде» [6, с. 164]. Слід зазначити, що за радянських часів філармонічні концертні установи, в яких зосереджувалися кращі виконавські кадри (провідні солісти та музичні колективи різних напрямів музичного мистецтва), активно сприяли процесу здійснення музичної комунікації. Шляхом організації гастролей, усталеної системи абонементних концертів, широкої мережі розповсюдження квитків вони створювали умови для творчої реалізації виконавця – забезпечували його слухачем¹. В українських реаліях сьогодення філармонії структурно зберегли радянську модель, проте функції їх дещо трансформувалися. В більшості вони перетворилися на володарів приміщень, а «турбота про слухача» перейшла до «кола обов’язків» самого виконавця. У ви-

¹ В інноваційних підходах до організації концертів академічної музики сучасна українська дослідниця М. Мяндіна визначає абонемент як один з дієвих інструментів концертного менеджменту [14, с. 124].

рішенні цього питання у західному світі важливу роль відіграє система менеджменту, яка, на думку англійського музикознавця Лебрехта Нормана, саме і вбиває класичну музику [11]. В Україні менеджмент в галузі академічного виконавства не має значного поширення, проте активним є залучення інформаційних технологій, зокрема, реклами. Афіші, теле- і радіоповідомлення відіграють свою функцію і сприяють зустрічі класичної музики зі слухачем.

Висновок. Дана стаття не претендує на вичерпність заявленої теми. Проблема існування академічного концертного виконавства як репрезентанта класичної музики в сучасних умовах інформаційного суспільства є глибинною, багатогранною і потребує більш ґрунтовного вивчення. Поза увагою дослідницького пошуку залишились такі форми академічного концертування, як музичні конкурси та фестивалі. Іншим ракурсом наукового пошуку може стати аналіз функціонування академічного концертного виконавства у мегалополісах та невеликих обласних центрах сучасної України. Цікавим є й композиторсько-виконавський вектор дослідження: вплив нових форм академічного виконавства на композиторську творчість. Визначені теми, на нашу думку, є перспективними. Вони відкривають напрями подальшого наукового пошуку в сфері академічного концертного виконавства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Беньямин В. *Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости [Текст]* / В. Беньямин // *Избранные эссе / Немецкий культурный центр имени Гёте*. — М. : Медиум, 1996. — 240 с.
2. Бузони Ф. *О пианистическом мастерстве [Текст]* : *Избранные высказывания* / Ф. Бузони // *Исполнительское искусство зарубежных стран*. — М. : Музгиз, 1962. — Вып. 1. — С. 141–175.
3. Вилсон Г. *Психология артистической деятельности: таланты и поклонники [Текст]* / Г. Вилсон ; [пер с англ]. — М. : Когито-Центр, 2001. — 384 с.
4. Гайденко І. А. *Роль музичних комп'ютерних технологій у сучасній композиторській практиці [Текст]* : автореф. дис. ... канд. мистецтвознав. : 17.00.03. / І. А. Гайденко. — Харків, 2005. — 16 с.
5. Гаккель Л. Е. *Исполнителю, педагогу, слушателю [Текст]* : [статьи, рецензии] / Л. Е. Гаккель. — Л. : Сов. композитор, 1988. — 168 с.

6. Дуков Е. В. Концерт в истории западноевропейской культуры [Текст] / Е. В. Дуков // М. : Классика-XXI, 2003. — С. 151–168.
7. Ерохин В. А. Композитор и компьютер [Текст] / В. А. Ерохин // Музыка как форма интеллектуальной деятельности : сб. ст. / ред.-сост М. Г. Арановский. — Изд. 2-е. — М. : Книжный дом «Либроком», 2009. — С. 172–188.
8. Жукова Е. Музыка и общество: тенденции и пути взаимодействия. Опыт музыкального путешествия [Текст] / Е. Жукова // Київське музикознавство. Музикознавство у діалозі : зб. ст. — К. : Київський інститут музики ім. М. Глієра, 2013. — Вип. 45. — С. 124–137.
9. Зубицький В. Д. Диалог о времени и мастерстве [Текст] / В. Д. Зубицький, А. А. Семешко. — К. : Асо-орус Publishers, 2003. — 40 с.
10. Казанджиева-Велинова З. Г. Социально-психологическое исследование воздействия музыки на аудиторию телевидения и радио [Электронный ресурс] // Интернет-портал «Детская психология» : автореф. дис. ... канд. психологич. наук : 19.00.05 / З. Г. Казанджиева-Велинова. — Ленинград, 1978. — Режим доступа : <http://childpsy.ru/dissertations/id/18632.php>.
11. Лебрехт Н. Кто убил классическую музыку? История одного корпоративного преступления [Текст] / Н. Лебрехт. — М. : Классика-XXI, 2007. — 588 с.
12. Луніна Г. Композитори – провідники багатоканальної інформації [Текст] / Г. Луніна // День. — 2003. — № 165. — С. 5.
13. Медушевский В. В. О закономерностях и средствах художественного воздействия музыки [Текст] / В. В. Медушевский. — М. : Музыка, 1976. — 254 с.
14. Мяндина М. Абонемент как инструмент концертного менеджмента (на примере сезонов Киевского отделения Императорского русского музыкального общества) [Текст] / М. Мяндина // Київське музикознавство : зб. ст. — К. : Київський інститут музики ім. М. Глієра, 2011. — Вип. 40. — С. 124–132.
15. Назайкинский Е. В. Логика музыкальной композиции [Текст] / Е. В. Назайкинский. — М. : Музыка, 1982. — 319 с.
16. Павлова Е. Д. Формы культуры информационного общества [Текст] / Е. Д. Павлова // Обсерватория культуры. — 2008. — № 5. — С. 11–16.
17. Психотерапевтическая энциклопедия [Текст] / под ред. Б. Д. Карвасарского. — 2-е изд. — СПб. : Питер, 2000. — 1024 с.

18. Пухляк М. Передумови формування сучасного конкурсу музикантів-виконавців: до поняття «змагальності» в історії культури [Текст] / М. Пухляк // Київське музикознавство. Культурологія та мистецтвознавство : зб. ст. — К. : Київський інститут музики ім. М. Глієра, 2012. — Вип. 41. — С. 42–49.
19. Савчук В. В. Конверсія искусства [Текст] / В. В. Савчук. — СПб : Петрополис, 2001. — 288 с.
20. Слотердайт П. Критика цинического разума [Текст] / П. Слотердайт ; [пер. с нем. А. В. Перцева]. — Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2001. — 584 с.
21. Сохор А. Н. Социальная обусловленность музыкального мышления и восприятия [Текст] / А. Н. Сохор // Проблемы музыкального мышления : сб. ст. / сост. и ред. М. Г. Арановский. — М. : Музыка, 1974. — С. 38–47.
22. Федорова И. Метаморфозы современного концертного выступления [Текст] / И. Федорова // Київське музикознавство : зб. ст. — К. : Київський інститут музики ім. М. Глієра, 2012. — Вип. 44. — С. 207–210.
23. Фуртвенглер В. Музыкант и его публика [Текст] : Из литературного наследия / В. Фуртвенглер // Исполнительское искусство зарубежных стран. — М. : Музыка, 1966. — Вып. 2. — С. 175–186.
24. Холопова В. Н. Теория музыкальных эмоций: опыт разработки проблемы [Текст] / В. Н. Холопова // Музыкальная психология и психотерапия : научно-методический журнал для музыкантов, психологов и психотерапевтов / учред. и гл. ред. В. Петрушин. — М., 2010. — № 5 (20), сентябрь-октябрь. — С. 27–55.
25. Шнабель А. Моя жизнь и музыка [Текст] / А. Шнабель // Исполнительское искусство зарубежных стран. — М. : Музыка, 1967. — Вып. 3. — С. 63–192.
26. Ясперс К. Смысл и назначение истории [Текст] / К. Ясперс ; [пер. с нем]. — 2-е изд. — М. : Республика, 1994. — 527 с.