

УДК 78
Ф.М. ШАК

**НЕОЛИБЕРАЛЬНЫЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ
ТЕОРИИ ИНДУСТРИИ КУЛЬТУРЫ
В СПЕЦИФИКЕ МУЗЫКАЛЬНОГО КРИТИЦИЗМА**

Шак Федор Михайлович, кандидат искусствоведения, доцент, заведующий кафедрой звукорежиссуры Краснодарского государственного института культуры (г. Краснодар, ул. 40 лет Победы, 33) fedorshak@gmail.com.

Аннотация. Статья посвящена критическому анализу интерпретаций теории индустрии культуры, разработанной представителем франкфуртской школы Теодором Адорно. Рассматривая воззрения последователей взглядов Т. Адорно, автор отмечает, что исследование массовой музыки невозможно без междисциплинарного подхода, сочетающего искусствоведческие, политические и социально-экономические факторы.

Ключевые слова: массовая музыка, популярная музыка, коммодификация, индустрия культуры, социальная критика, неомарксизм, Т.В. Адорно.

UDC 78
F.M. SHAK

**NEOLIBERAL INTERPRETATION
THEORY INDUSTRIES OF CULTURE
IN THE SPECIFICITY OF MUSICAL CRITICISM**

Shak Fedor Mikhailovich, PhD (arts), associate professor, head department of sound management of the Krasnodar state institute of culture (Krasnodar, 40 let Pobedy str., 33), fedorshak@gmail.com

Abstract. The article is devoted to a critical analysis interpretations theory cultural industry, developed by representative of the Frankfurt school, Theodor Adorno. Considering the views of followers of T.W. Adorno's views, the author notes that the study of mass music is impossible without an interdisciplinary approach combining art criticism, political, socio-economic factors.

В критике популярной музыки и джаза, содержащейся в трудах представителя франкфуртской школы философии Т. Адорно, обосновывался особый взгляд на процессы бытования и распространения поп-продуктов, оценивающий их как явление, существующее в интересах индустрии культуры. Адорно не просто указывал на причины структурной деградации популярной музыки, ее этического релятивизма и всестороннего упрощения. Он обнаружил корневые проблемы, связанные с влиянием на искусство искажений, порожденных вмешательством внешних социально-экономических алгоритмов, проводником которых выступила индустрия культуры.

В теории Адорно присутствует злокачественный детерминизм, диктующий общее правило: со сниженным музыкальным продуктом может конкурировать другой – в еще большей степени порывающий с поведенческими и социальными нормами продукт. В 1930-1940 гг. англосаксонский бизнес, осознавший возможности только начинавших появляться электронных СМИ, сформировал новый тип массовой развлекательной культуры, осуществляющей суггестивно-манипулятивное влияние на общество. События 1930-1940 годов ушедшего столетия заложили фундамент музыкального шоу-бизнеса.

Далеко не каждый из исследователей массмузыкального субстрата способен безопасно для собственного устоявшегося мировоззрения принять всю совокупность мысленных форм и тезисов, предложенных Адорно. Академический дискурс о массовой музыке не может быть продуктивным вне уточнения политической позиции его автора. От исследователя искусствоведческого профиля, ориентированного на работу с текстами массовой

музыкальной культуры, требуется квалифицированность в вопросах социальной психологии, производства потребительских, товарных и политических идеологий. Иными словами – речь в данном случае идет о высоком уровне требований к степени академической компетентности в отдаленных от искусства областях.

Для понимания сложной междисциплинарной сути теории индустрии культуры исследователь должен на интеллектуальном уровне пройти по достаточно извилистому пути размышлений о влиянии социальных и экономических факторов на создание и дальнейшее инфраструктурное укоренение музыки. Ситуация осложняется тем, что многие из занимающихся теорией поп- и рок-музыки авторов относятся к анализируемым объектам с изрядной долей равнодушия. Они не только лояльны к популярной культуре, но нередко сами являются ее активными потребителями.

В процессе наметившегося в 1980-е гг. ренессанса критической теории франкфуртской школы тезисы, изложенные в работах Адорно, начали проникать в дискуссии о поп-музыке. Вследствие этого у академических исследователей наметилось выраженное идеологическое расслоение по признаку отношения к идеям франкфуртского теоретика. Взгляды интересующих нас критиков, работающих с материалом популярной музыки, можно разделить на три основных группы. К первой из них относятся авторы, безропотно принимающие основные идеи Т. Адорно (Кайзер И. [1], Уотсон Б. [2]). Более многочисленна вторая группа, чьи установки базируются на явной терпимости к отдельным идеям и воззрениям Адорно. Ее представители допускают эгалитарное отношение к коммерческим форматам поп-музыки, продиктованное идущим от французского структурализма попустительским отношением к смещению «высокого» и «низкого» в искусстве и культуре (А. Кримс [3], А. Оллсон [4], Т. Тейлор [5], С. Фрит [6]). К третьей, по вполне естественным причинам доминирующей группе, относятся исследователи, придерживающиеся позиций культурного космополитизма и неолиберализма. Будучи снисходительными к нравственному и художественному падению массовой музыки, они проявляют склонность к апологии массовых жанров, считая их полноправной и необходимой частью повседневного культурного опыта современного общества. Наиболее значимым представителем третьей группы, критике идей которого посвящена данная статья, выступает британский экономист и культуролог Д. Хезмондалш.

Негативистски коннотированный феномен культурной индустрии у Адорно и Хоркхаймера отличался слабой дифференциацией описываемых культурных институций. Музыкальный бизнес, кино и радио рассматривались авторами как явления одного порядка, без дополнительной проработки и уточнения пролегающей между ними сферы отраслевых различий. В дальнейшем это привело к трансформации созданного ими теоретического базиса, осуществленной следующим поколением исследователей, придерживавшихся преимущественно неолиберальных взглядов.

Как отмечал теоретик современного искусства Д. Виленский, механизмы мягкого управления в области когнитивного капитализма «...позволяют практически любым радикальным практикам довольно быстро быть перекодированными и интегрированными в систему, что нейтрализует альтернативные политические импульсы» [7]. Это высказывание крайне справедливо для феномена культурной индустрии, значение которого с подачи ряда неолиберальных мыслителей оказалось в дальнейшем изменено таким образом, чтобы максимально эффективно оправдывать коммерциализацию и деградацию современной культуры. Согласно мнению искусствоведа П. Гилена, «сегодня в Европе практически не осталось музея, театра или государственной радиостанции, которые избегали бы логики <...> накопления. Большинство массмедиа также изменили свою программу в соответствии с требованиями неолиберального мышления. Не говоря уже о «незаинтересованном» научном исследовании, которое без лишних вопросов становится на службу этой логике, чтобы декорировать ее самыми изощренными методологическими выкладками» [8, с.13].

Именно к таким, выражаясь словами Гилена, «незаинтересованным» исследованиям и следует причислить тексты Д. Хезмондалша. Его основная монография «Культурные

индустрии», чье название перекликается с трудом Т. Адорно и М. Хоркхаймера, наделена целым рядом бесспорных достоинств, среди которых мощная аналитическая база, графики, формализация экономической информации о специфике рынков шоу-бизнеса и медиаиндустрии. Фактически на каждой из 450 страниц труда Хезмондалша содержатся прямые антитезисы идейному пласту, изложенному франкфуртцами. Будучи экономистом, он судит об индустрии языком цифр и конкретной эффективности. Парадокс заключается в том, что Хезмондалш правильно ставит вопросы, но далее всячески абстрагируется от напрашивающихся ответов, так как это со всей очевидностью может привести его к признанию правоты доводов Адорно, с которыми у данного автора складываются крайне сложные отношения. К примеру, во введении он высказывает справедливое и свободное от каких-либо политико-экономических симпатий и экивоков суждение: «Показательно что большинство потребляемых нами текстов распространяется влиятельными корпорациями. Эти корпорации, как любые бизнес-структуры, заинтересованы в прибыли. Они хотят поддерживать условия, в которых бизнес в целом, в том числе и их собственный, может приносить большие прибыли. Отсюда возникает ключевой вопрос: не служат ли культурные индустрии в конечном счете интересам своих владельцев и их менеджеров, а также их союзникам по политике и бизнесу?» [9, с. 16-17]. Верно сформулировав вопрос, Хезмондалш впоследствии дает крайне уклончивый ответ. На страницах его книги многократно повторяются размышления об амбивалентности культурных индустрий. Таким образом, вместо того чтобы отслеживать их (индустрий) поступательную деградацию, автор делает все возможное для сокрытия таковой.

Хезмондалш справедливо уделяет внимание лидерству Америки в области сбыта и подчинения личным финансовым интересам всего европейского рынка: «Помощь, поступавшая из США в послевоенный период, была привязана к обещаниям не препятствовать их культурному экспорту» [9, с. 291]. Подобная точка зрения, к слову, разделяется и другими исследователями, принадлежащими к иным идеологическим парадигмам. В свое время изобретательный критик культурмарксизма П. Готфрид справедливо указал на тенденцию, согласно которой «В Европе продается больше американских книг, чем в Америке европейских, а европейское телевидение и кинотеатры безостановочно крутят американскую продукцию. После Второй мировой войны не европейцы завоевали Америку и взяли на себя цивилизаторскую миссию, а США перестраивали «гражданскую культуру» Германии» [10, с. 29].

Постулировав интернационализацию культурной индустрии и признав за Америкой лидирующую роль в производстве текстов, ценностей и жанрово-стилевых форматов популярной музыки и кино, Хезмондалш, однако, всячески дистанцируется от любых попыток разобраться, чем же это обернулось для мировой культуры. Его анализ, в сущности, остается нарочито односторонним, учитывающим в первую очередь прямые факторы купли/продажи, конвергенции, извлечения рыночной прибыли. Автор деликатно избегает говорить о морально-ценностных аспектах, поскольку в этом случае ему пришлось бы предстать перед рядом дилемм. Ведь в действительности США получили колоссальные сравнительные преимущества в производстве и продаже культурных продуктов, однако из-за коалиционных бизнес-интересов конструируемая в Новом Свете массовая культура была обречена играть на понижение и опрощаться. В дальнейшем эти механизмы оказались экстраполированы на масскульт Западной Европы.

Выступая с позиции неолиберального ревизионизма индустрии культуры, Хезмондалш считает необходимым локализовать в последней как «положительные», так и сугубо отрицательные тенденции. Положительной он называет развернувшуюся в нулевые годы диверсификацию контентного предложения, к примеру появление маленьких интернет-лейблов, записывающих нишевую, зачастую некоммерческую музыку и феномен американского кабельного телевидения (каналы HBO, Netflix, Showtime), выведших телевизионные сериалы на принципиально новый уровень, определяемый в первую очередь сложной драматургией, точной проработкой социальных градаций, переносом романной формы в

область киноязыка. Проще говоря, Хезмондалш апеллирует к тому, что отрицательные тенденции уравниваются появлением новых специализированных форматов малого и крупного бизнеса, в интересы которых уже не входит вызывавшие закономерное отторжение у Адорно упрощение и стандартизация масскультурных текстов. Вместо этого создаются ниши со вполне глубокими, а порой и весьма интеллектуальными художественными продуктами.

Действительно, в производстве телевизионных сериалов, активизировавшихся в двухтысячные годы, существовали некоторые стереотипные штампы и упрощения. И все же именно в нем были частично преодолены многие голливудские болезни, мотивированные погоней за увеличением кассовой составляющей фильма, как-то: обязательным наличием счастливых концовок, отказом от фиксации основной повествовательной линии на отрицательных протагонистах, стереотипизации и штампованности киноязыка. Новые сериалы сосредоточились на раскрытии внутреннего мира героев, анализе различных социальных страт, исследовании общественных явлений, и многие из них в этом преуспели. Однако все здесь далеко не так гладко, а сам Хезмондалш, вероятно, излишне идеализирует сериальную среду. Ведь тот же канал НВО, продвинувший изысканную содержательную орнаментацию сериалов далеко вперед, уравнивается другими, куда более конформистскими, схватывающими форму, но не содержание производителями. Как повлияет игра на понижение, затеянная другими каналами, пытающимися отобрать зрителя у НВО? Не приведет ли это к тому, что НВО, дабы не потерять аудиторию, тоже начнет упрощать и схематизировать собственный контент? При сохранении неолиберальных установок подобный сценарий представляется достаточно реалистичным. Это именно те вопросы, над которыми, по логике вещей, и стоило бы задуматься Хезмондалшу.

Вторая крупная работа Д. Хезмондалша была посвящена социологическому и культурологическому осмыслению массовой музыки [11]. На первых же ее страницах автор критически обрушился на Адорно, называя взгляды последнего избыточно элитарными и идеалистическими. Рассмотрим, как же, собственно, Хезмондалш преодолевает Адорно. Делает он это путем достаточно сложной идеологической манипуляции, смещающей внимание с собственно индустриальных процедур, обуславливающих деградацию массовой музыки, на сферу эмоций и чувств, данной музыкой провоцируемых. Хезмондалш фиксируется на субъективности – музыке как феномене, провоцирующем определенное настроение. По его мнению, индивид, слушающий в наушниках очередной поп-продукт, безотносительно того, насколько последний этически редуцирован, примитивен, склонен беречь низовые модальности человеческой сущности, во время акта прослушивания способен войти в особое, проникнутые экзистенциальными и жизнеутверждающими коннотациями психоэмоциональные состояния.

Весьма показательно подобная реакция описывалась известным американским журналистом Д. Сибруком: «Слушая популярную музыку, я иногда испытывал такие возвышенные, чуть ли не мистические чувства, какие уже давно не вызывали во мне ни опера, ни симфоническая музыка, – словно музыка, смысл и время соединяются воедино, наполняя тебя океаническим чувством, которое, как писал Фрейд, характеризует мощное эстетическое переживание» [12, с. 15].

Нетрудно догадаться, что исповедуемый Хезмондалшем подход провоцирует подмену понятий. Акцент с собственно индустрии культуры, безудержно производящей все новые поп-музыкальные эксцессы, смещается на ситуацию, складывающуюся впоследствии. Нам предлагается де-факто смириться с существованием штампующей все новые артефакты рыночной действительностью и попытаться найти в уже выпущенной и вероломно вброшенной на рынок продукции некие благостные и позитивные стороны. Опираясь на приведенный тезис, Хезмондалш элегантно переносит внимание с ценностно-эстетических характеристик музыки на особенности ее прагматического применения.

Типичные содержания многих направлений современной западной, а теперь уже и отечественной музыкальной поп-культуры: моральная деградация, курение синтетических

наркотиков в кадре, постоянная сосредоточенность на сексуальных импульсах, продающихся и покупающихся любовных отношениях, мздоимство, меркантилизм и потребительство, – все это существует как нечто непреодолимое, нечто такое, с чем аудитория должна смириться, ведь представителям культурной индустрии нужно извлечь строго определенную меру прибыли. Таким образом, поп-музыка со всем набором понижающих градаций начинает рассматриваться как нечто предначертанное.

Столь подробная остановка на персоне австралийского, а ныне работающего в Великобритании экономиста и культуролога Дэвида Хезмондалша объясняется тем, что его идеи представляют собой хрестоматийный образчик апологетики действующего порядка. Неолибералы стремятся создать образец дискурса, призванный не столько даже объяснить, сколько примирить всех нас с текущей действительностью.

Рассматривая современные достижения американской поп-музыки – Леди Гагу, Риану и других схожих исполнителей, следует вспомнить конгениальный, хотя почему-то не снижавший должного внимания афоризм М.М. Жванецкого: «Ужасно то, что они говорят, но еще ужаснее то, что они хотят этим сказать». Хезмондалш уводит наше внимание от того, «что они говорят», так и от «что они хотят этим сказать», предпочитая пользоваться метафорой, согласно которой взаимодействие с текстами поп-музыки, актуализируемое через различные формы уравновешенной социальности и встроенности в неолиберальный конвейер, должно вести к так называемому процветанию.

Очевидно, что в процессе построения теорий Хезмондалш, как и многие другие проводники аналогичных взглядов, произвольно интерпретирует адорнианский термин «индустрия культуры», вкладывая в его значение новые идеи. Собственно, подобным фундаментальным изменениям первичного смысла была подвергнута не только теория культурной индустрии, но и более общее для культурмарксизма понятие «коммодификация». Если первоначально в исследованиях культуры этот термин нес в себе критическое отношение к отождествлению того или иного явления (например, музыкального произведения, театральной постановки, книги) с идеологией товара, то в дальнейшем коммодификация стала осмысляться уже в позитивном ракурсе как нечто приемлемое, естественное и даже необходимое.

В заключение еще раз упомянем о значимости всесторонней подготовки для специалистов, работающих с дискурсами популярной музыки. Сумма обстоятельств такова, что в настоящий момент исследователь, избегающий или попросту не умеющий писать о массовой музыке с междисциплинарных позиций, включающих в себя рефлексию над элементами политической философии и идеологического строительства, может быть уподоблен размышляющему на аналогичные темы обывателю.

Литература

1. *Kaiser I.* Kaisers Klassik: 100 Meisterwerke der Musik. Piper Ebooks, 2017.
2. *Watson B.* Frank Zappa: The Negative Dialectics of Poodle Play. St Martins Pr, 1995. 597 p.
3. *Krims A.* Music and Urban Geography, 2007. Routledge. 248 p.
4. *Ollson A.* Listening for the Secret: The Grateful Dead and the Politics of Improvisation. University of California Press, 2017. 200 p.
5. *Taylor T.D.* Music and Capitalism: A History of the Present, University of Chicago press, 2015. 240 p.
6. *Frith S.* Performing Rites: On the Value of Popular Music, Harvard University press, 1998. 360 p.
7. *Виленский Д., Пензин А.А.* С точки зрения надежды. ULR: <http://www.nlobooks.ru/node/1937>.
8. *Гулен П.* Бормотание художественного множества. Глобальное искусство, политика, постфордизм. Ад Маргинем пресс, 2015. 287 с.
9. *Хезмондалш Д.* Культурные индустрии. М., 2014. 454 с.

10. *Готфрид П.* Странная смерть марксизма. М.: Мысль, 2009. 256 с.
11. *Хезмондали Д.* Музыка, почему она так важна для нас. Харьков.: Гуманитарный центр, 2014. 235 с.
12. *Сибрук Д.* Nobrow Культура маркетинга. Маркетинг культуры. М.: Ад-маргинем, 2015. 240 с.

References

1. *Kaiser I.* Kaisers Klassik: 100 Meisterwerke der Musik. Piper Ebooks, 2017.
2. *Watson B.* Frank Zappa: The Negative Dialectics of Poodle Play. St Martins Pr, 1995. 597 p.
3. *Krims A.* Music and Urban Geography, 2007. Routledge. 248 p.
4. *Ollson A.* Listening for the Secret: The Grateful Dead and the Politics of Improvisation. UniversityofCaliforniaPress, 2017. 200 p.
5. *Taylor T.D.* Music and Capitalism: A History of the Present, University of Chicago press, 2015. 240 p.
6. *Frith S.* Performing Rites: On the Value of Popular Music, Harvard University press, 1998. 360 p.
7. *Vilensky D., Penzin, A.A.* S tochki zrenija nadezhdy [From the point of view of hope]. URL: <http://www.nlobooks.ru/node/1937>.
8. *Gielen P.* Bormotanie hudozhestvennogo mnozhestva. Global'noe iskusstvo, politika, postfordizm [Mutter of the artistic set. Global art, politics, post-Fordism]. Ad Marginem press, 2015. 287 p.
9. *Hesmondalgh D.* Kul'turnye industrii [Cultural industry]. Moscow: Higher school of Economics, 2014. 454 p.
10. *Gottfried P.* Strannaja smert' marksizma [The strange death of marxism]. Moscow: Mysl', 2009. 256 с.
11. *Hesmondalgh D.* Muzyka, pochemu ona tak vazhna dlja nas [Music, why it is so important to us]. Kharkov.: The humanitarian centre, 2014. 235 p.
12. *Seabrook D.* Nobrow ® Kul'tura marketinga. Marketing kul'tury [Culture marketing. The Marketing of Culture]. Moscow: Ad-Marginem, 2015. 240 p.

УДК 788: 781.0 (075) + 784: 784.92

А.М. ПОНЬКИНА, Е.В. ГРИГОРЬЕВ

РАБОТА ГОЛОСОВОГО АППАРАТА ИСПОЛНИТЕЛЯ ПРИ ИГРЕ НА САКСОФОНЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ПЕНИИ

Понькина Антонина Михайловна, кандидат искусствоведения, доцент кафедры оркестровых инструментов Белгородского государственного института искусств и культуры (Белгород, ул. Королева, 7), ponkina_2006@mail.ru

Григорьев Евгений Валерьевич, профессор Белгородского государственного института искусств и культуры, заведующий кафедрой вокального искусства, народный артист РФ (Белгород, ул. Королева, 7), mk_vi@bgiik.ru

Аннотация. В статье освещаются актуальные вопросы, касающиеся физиологических особенностей работы органов голосового аппарата исполнителя при игре на саксофоне и профессиональном пении. Основным предметом анализа становится взаимозависимость качества получаемого звука и правильного положения органов при вокальном и инструментальном звукообразовании. Пристальное внимание, направленное на взаимодействие компонентов «вокально-инструментального» типа постановки позволило выявить ряд общих моментов и аргументировать необходимость их применения в духовом исполнительстве.

Ключевые слова: саксофон, исполнительство на саксофоне, профессиональное пение, голосовой аппарат исполнителя, «вокально-инструментальная постановка».