

Современные тенденции массовой музыкальной культуры

Научный руководитель – Куриленко Елена Николаевна

Аббасова Нателла Ядулла кызы

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет искусств,
Москва, Россия

E-mail: to.nata.bas@gmail.com

Нет такой области искусства, которую феномен массовой культуры не затронул бы за последние полтора столетия. Термин “массовая культура” в рамках критики телевидения впервые появился в работах М. Хоркхаймера и Д. Макдональда в 40-е гг. XX века. На той же волне “легкая музыка”, призванная из соображений утилитарных задач удовлетворять запросам невзыскательной публики, противопоставлялась высокому элитарному искусству [Адорно, 30].

Сегодня “массовая культура” является важнейшей составляющей культуры как таковой, ввиду интенсивного развития СМИ, поэтому заниматься исключительно критикой данного феномена несколько недальновидно. В наши дни любой объект культуры, претендующий на талантливость, негласно должен быть популярным - он должен быть на слуху, о нем должны говорить и писать критики и простые смертные люди. Так, популярность становится “мерилом” таланта. Исследователям остается, принимая данный факт во внимание, глубже изучать особенности развития масскультуры.

В данной работе предпринята попытка исследовать тенденции современной массовой музыкальной культуры. Исследование сосредоточено вокруг массовой эстрадной песни и такого явления, как “хит”. Авторы работы предлагают использовать данное понятие в нейтральном аспекте.

Основные тенденции, характерные для современной массовой музыкальной культуры, естественным образом проистекают из новейших социокультурных феноменов и процессов - таких, как постиндустриализация, консьюмеризм, глобализация, информатизация, провозглашение и утверждение концепции информационного общества.

Рассмотрим подробнее основные тенденции современной массовой музыкальной культуры:

- Количественное увеличение объемов музыкального контента (смена носителей, расширение баз и банков данных для хранения информации, изменение способов потребления музыки - через социальные сети, бесплатные музыкальные ресурсы и файлообменники - Myspace, Youtube, SoundCloud) [Сибрук, 121]. У данной тенденции есть два очевидных и противоречащих друг другу следствия: первое - падает качество музыкального продукта; второе - артисту, его команде и лейблу приходится создавать все более эксклюзивный и качественный материал, который был бы способен увлечь реципиента.
- Запрос на искренность исполнителя/артиста. С учетом постоянно увеличивающегося контента коммерческой музыки и огромного количества коммерчески успешных исполнителей в данный момент наблюдается актуализация проблемы искренности исполнителя и исполняемого им материала. Так, за последнее десятилетие возникли, например, такие исполнители мирового уровня, как Adele, Sia, Sam Smith, LP и др.

- Стирание национальных границ. Международным языком для массовой музыкальной культуры мирового уровня становится английский язык. Это побуждает отечественные группы писать песни на английском языке и брать англоязычные наименования - Therr Maitz, Guru Grove Foundation, Triangle Sun, Tesla boy), Brainstorm (Латвия), Lordi (Финляндия).
- Актуализация сохранения национального, фольклорного начала в музыке. Наличие национального элемента придает материалу статус как минимум интересного. Примером может послужить успешное выступление Бурановских бабушек на Евровидении-2012 года.
- Артист и хит становятся результатом командного труда группы сонграйтеров, композиторов, редакторов, менеджеров и музыкальных продюсеров. В 2015 году громом среди ясного неба стала публикация книги Джона Сибрука, развенчавшей миф о том, что современные артисты мирового уровня сами пишут собственные хиты: “Кеша привезла Люка и всю его команду в Нэшвилле в надежде придать записи желанный дух южного рока. . .” [Сибрук, 279]
- Фиксация глобальных умонастроений и актуальных ценностей общества [Бельтюков, 401]. Об этой функции массового искусства сказано достаточно много, поэтому мы не будем останавливаться подробно на данном пункте.
- Создание, внедрение и манифестация новых “ценностей”, диктуемых временем. Массовая популярная песня не только фиксирует актуальные проблемы общества, но и провозглашает определенные ценности в качестве новых, не фиксировавшихся прежде, норм и правил. Как пример, можно вспомнить результаты Евровидения-2014, когда в финале оказался представитель ЛГБТ-меньшинств с песней-манифестом.
- Песня становится синкретическим жанром - формат подачи предполагает уже не только аудиоконтент, но и видеоряд/шоу, которые призваны удивить и поразить зрителя. Примером может послужить клип канадского исполнителя The Weeknd на песню False Alarm, созданный при сотрудничестве с одаренным российским режиссером Ильей Найшуллером, обозначившим границы нового жанра в кино. Только за одну ночь клип набрал почти 2 миллиона просмотров на Youtube.
- Упрощение технологии производства музыки. Написать “хит” сегодня дома “на коленке” может едва ли не каждый, у кого есть профессиональная компьютерная программа, из-за чего чаще всего падает уровень качества музыки, вбрасываемой в общее информационное пространство.
- Ставка на “хитовость” материала (свойство музыкального контента “засесть” в памяти помимо желания реципиента, идея “хука” или “крючка” [Сибрук, 12]). Музыка призвана не вдохновлять, но шокировать, поражать, вводить в состояние транса, цеплять, просто «прилипать» к языку, на это же чаще всего нацелены концертные программы, сопроводительные видео и фото-материалы, сценический образ артиста (Леди Гага, Бейонсе, финская группа Lordi, выступающая в масках и устрашающих костюмах).
- Иллюзия сокращения дистанции между артистом и слушателем. При наличии Интернета реципиент самостоятельно выбирает, что именно, в какое время и как слушать. Условная “близость” артиста задает простоту формы и подачи материала.
- Огромная скорость устаревания музыкального контента, что также ведет к приумножению музыкального контента в геометрической прогрессии и, следовательно, падению ее качества.

“Из всех видов искусства только музыке дана возможность оказывать непосредственное влияние на все сферы человеческого духа” [Бонфельд, 573]. Именно поэтому нам, жителям эпохи лайков, твитов и репостов, быстро сменяющейся моды, навязанных культурных кодов, трендов, брендов и хитов есть смысл пристально вслушиваться в то, что звучит вокруг, дабы уметь различать в общем фоновом шуме что-то действительно ценное и прекрасное.

Источники и литература

- 1) Адорно, Т. В. Избранное: Социология музыки. М., 1998.
- 2) Бельтюков А. О. Специфика и основания массовой музыкальной культуры XX века // Теория и практика общественного развития. 2015. №12. С. 398–401.
- 3) Бонфельд М. Музыка: Язык. Речь. Мышление. СПб., 2006.
- 4) Сибрук, Джон. Машина песен. Внутри фабрики хитов. М., 2016.