

Богачёв Максим Игоревич

(факультет прикладной политологии, 3 курс)

Музыка как коммуникативная среда: либеральная интенция «t.A.T.u»

Аннотация: Статья посвящена изучению музыкальной коммуникативной среды. Автор раскрывает некоторые специфические черты музыкальной коммуникативной среды и, разбирая кейс группы «t.A.T.u», констатирует наличие смысловой нагрузки в современной поп-музыке.

Ключевые слова: коммуникация, музыка, либерализм.

Abstract: In the article was devoted the research of musical communicative environment. Author proposes several particularities of musical communicative environment. He analyses «t.A.T.u» case-study and states that modern pop-music has logic meaning.

Key words: communication, music, liberalism.

«Разделяя точку зрения Макса Вебера, согласно которой человек — это животное, висящее на сотканной им самим паутине смыслов, я принимаю культуру за эту паутину, а ее анализ — за дело науки не экспериментальной, занятой поисками законов, но интерпретативной, занятой поисками значений. Выявление и разъяснение значения — именно та цель, которую я преследую, когда разбираю внешне загадочные выражения социального».

К. Гирц «Интерпретация культур»

В XXI в. технологическое развитие позволяет осуществлять повсеместное и перманентное информирование человеческих индивидов, транслируя им всевозможные сведения, в том числе и коммерческого характера. Колоссальные потоки рекламной продукции и искусственно нагнетаемых для пущего ажиотажа информационных сообщений обрушиваются на не всегда того желающих потребителей. Наиболее

распространённым средством отстранения от процесса получения ненужной информации и абстрагирования от агрессивно настроенного и спешащего окружающего мира становится использование аудио проигрывающих устройств. Участвующая практика концентрации внимания человека на собственных музыкальных предпочтениях в ущерб иным каналам информационно-коммуникационной деятельности (вербальным, звуковым, текстовым, визуальным) актуализирует попытку рассмотрения музыкальных композиций как своеобразной коммуникативной среды.

Коммуникацию, происходящую в процессе прослушивания музыки, можно описать моделью Р.О. Якобсона [Якобсон, 1985, с.45-87.], интерпретировавшего информационно-кодую модель коммуникации К. Шеннона и У. Уивера [См.: Shannon, Weaver, 1963]. Согласно Якобсону инициатор сообщения (спикер-адресант) используя кодирующее устройство (акустический сигнал, механизм воспроизводящий звук), через канал связи (физическую среду) отправляет информационный посыл (мысль, а возможно и чувственное восприятие) до адресата. При этом процесс передачи информации сопровождается помехами, информационным шумом и т.п. Адресат, используя декодирующее устройство, принимает акустический сигнал и обрабатывает полученную информацию.

Однако далеко не всегда инициатор музыкального послания (автор текста, музыки, исполнитель), вкладывая определённый смысл в свою эпистолу, преследует цель простого информирования. Музыкальная композиция как элемент коммуникационной среды стремится побудить адресата к определённым действиям, коммуникативно воздействовать на знания, отношения, намерения. Таким образом, реализуется инференционная модель коммуникации Г. Грайса [Грайс, 1985, с.34-54.], в которой актер **S**, вкладывает в свои слова и действия определённый смысл **X**, тем самым реализуя следующие интенции:

(1) он желает произнесением **X** вызвать определённую реакцию **R** в аудитории **A**;

(2) он хочет, чтобы А распознала его намерение 1;

(3) он хочет, чтобы распознавание намерения 1 стало для А причиной реакции R.

Не маловажно отметить, что главной компонентой успеха выше обозначенных моделей коммуникации является высокая степень совпадения знаний и логики мыслительного процесса при декодировании (распознавании) полученной информации. Осмысление и интерпретация всегда несут в себе индивидуальную предвзятость, происходят в индивидуальной концептуальной системе, «что допускает качественные различия в интерпретации одних и тех же языковых выражений [См.: Павиленис, 1983]» [Дзялошинский, 2012, с.262.].

Музыкальные композиции «являются одним из средств массово-коммуникативного воздействия» [Богачёв, 2011, с.50-58.] и осуществляют разноплановые нивации на своих адресатов (слушателей). Они используют и вербальное речевое воздействие, и рациональную аргументацию (убеждение), и невербальные средства стимуляции (аудио воздействие), влияют на подсознание (суггестия) и эмоционально-сенсорную сферу познания.

Одним из главных черт музыки как коммуникативной среды является наличие низкого уровня помех и информационного шума на протяжении всего процесса коммуникации.

Сопровождение текстового содержания музыкальной композиции (если таковой имеется) звуковым рядом способствует активизации сенсуальной сферы перцепции, когнитивного процесса. Что приводит к изменённым состояниям человеческого сознания; воздействуя на подсознание, увеличивает внушаемость, меняет структуру и логику мыслительного процесса, способствует уменьшению/повышению [См.: Устинова] рационализаторских способностей. Этот факт немаловажен, так как музыкальным композициям присущ феномен повторения, который конвергентен механизму пропаганды.

Гиперэмоциональность экзальтированного или меланхолического состояния, вызванного сенсорным восприятием звуков, характеризуется легковерностью и категоричностью суждений, апелляцией к бессознательному, что в совокупности с эффектом повторения способствует продвижению пропагандистских материалов. Воздействие «базируется на свойствах «ритуальной» речи. При частом повторении определённой фразы лексемы её составляющие десемантизируются и воспринимаются как единый вербальный знак, проникающий в иррациональную сферу» [Дзялошинский, Пильгун, 2011, с.36.].

Ещё одной специфической чертой музыкальной коммуникативной среды является оперирование символическими элементами, знаками. И текстовое, и звуковое содержание музыкальных композиций акцентирует внимание на семиотических символах, аллюзиях, тропах. Тем самым воспроизводя у слушателя образное мышление, во многом также основанное на бессознательных компонентах, полученных в процессе усвоения культурных норм, социализации. Размышление определёнными «картинками» и ярлыками, фантазийное абстрагирование от реальности при прослушивании музыкальных композиций замещает отсутствие экспоненциального видеоряда, визуализации.

Употребление разнообразной символики и тропов тесно связано и с другой особенностью музыкальной коммуникативной среды – простота и сжатость текстов, максимальное лексическое упрощение сообщения (вплоть до междометий). Текстовая лапидарность отчасти связана с тем, что речь как источник смыслового содержания нормально воспринимается лишь «когда фраза состоит не более чем из 8-13 слов» [Козубовский, 2008, с.85.]. По сути, тексты песен как и «тексты слоганов и политической рекламы подчиняются одним и тем же закономерностям и имеют сходную структуру и языковое наполнение, в них используются аналогичные средства речевого воздействия. [Это связано с – М.Б.] требованиями, предъявляемыми к рекламному тексту: компактность (должен легко, быстро прочитываться и

содержать классифицирующие и индивидуализирующие признаки, аналогичные ключам типового иероглифа), индикативность (должен содержать ключевую фразу с максимальным эффектом воздействия), информативность» [Дзялошинский, Пильгун, 2011, с.38].

Таким образом, музыка может быть рассмотрена в качестве коммуникативной среды. Однако при понижении уровня абстракции мы сталкиваемся с некоторыми трудностями, которые в общем виде можно охарактеризовать словами, некогда произнесёнными Ж. Бодрийяром – в наш век информации становится всё больше, а смысла всё меньше.... В частности многие современные музыкальные композиции, в большинстве своём классифицируемые как поп-музыка, поражают слушателей не только отсутствием смысла, но и своей не информативностью. О причинах данного факта можно только догадываться: возможно это связано с превалированием коммерческого интереса над талантом, а возможно - с эзотеричностью содержания посланий....

Л. Витгенштейн отмечал: «что один человек может быть полнейшей загадкой для другого. Мы удостоверяемся в этом, когда попадаем в чужую страну с совершенно чуждыми нам традициями; более того, нас не спасает даже знание языка этой страны. Мы не понимаем людей. (И вовсе не потому, что не слышим, что они друг другу говорят.) Мы не можем нащупать с ними общую почву» [Цитата по: Гирц].

В действительности современный мир располагает огромным количеством этнических, социальных, культурных, профессиональных, субкультурных и прочих групп, которые используют свои мало похожие или же совсем непохожие языковые и культурные коды, знаки и символы – от того нам и трудно распознать смысл, заложенный в ту или иную композицию. Просто мы не являемся представителями определённой аудитории, носителями необходимой для понимания лексики, не находимся в рамках дискурса группы, для которой предназначена данная композиция, хотя она может содержать в себе глубокий смысл.

Рассмотрим данное предположение на примере группы «t.A.T.u».

Группа появилась на пике заката XX в. в 1999 г. и первоначально эксплуатировала имидж лесбиянок. В музыкальный коллектив, продюсируемый И. Шаповаловым, вошли Ю. Волкова и Е. Катина, которым на тот момент было 14 и 15 лет соответственно. «t.A.T.u» одним своим появлением бросили вызов российскому обществу. Первым же синглом «Я сошла с ума», очертив поставленную ими проблематику – борьбу с устоявшимися традиционалистскими порядками, вызванную наличием любовных чувств между представительницами одного гендера. «t.A.T.u» стала наиболее успешной российской поп-группой, добившейся, в том числе и международного призывания (единственная русскоязычная группа получившая «IFPI» за число проданных альбомов).

С точки зрения большей части российской общественности творчество «t.A.T.u» это бессмысленная провокация традиционно настроенного общества. Однако данное предположение не может объяснить грандиозный успех группы за рубежом. Одной из версий, обосновывающих популярность «t.A.T.u», является смысловое содержание их композиций пропагандирующих либеральные (западные) ценности.

Данный феномен, обнажающий серьёзность смыслового содержания текстов, эксплицитно выражен в композиции «Нас не догонят» [См.: Текст песни «Нас не догонят»], являющейся, по сути, максималистским манифестом подросткового поколения. В этой песне дуэт призывает, в виду несоответствия царящих в обществе (мире) ценностей и норм их представлениям о добре и зле, о должном и о не надлежащем уйти от чуждого и нелюбимого мира – в другой (свой, самостоятельно созданный), в котором «не найдут». При этом подчёркивается, что даже два человека могут это сделать. То есть изменить существующий мир может каждый. Даже сама природа выступает на стороне восставших против существующего строя «ночь - проводник/ спрячь наши тени/ за облака/ за облаками». В песне утверждается, что человек мыслящий иначе таким

останется всегда «нас не изменят». Более того, исполнители утверждают, что человек, чьё мышление выбивается из общепризнанных социумом норм, более чем адекватен. Для них он подобен звезде – недостижимому для избранных (не посвящённых) идеалу: «им не достать звёзды руками». Недоступность этого эзотерического знания для непросветлённых, обыденно мыслящих, подчёркивается словами: «не говори, им не понятно/ только без них/только не мимо», «только не сними». Что также свидетельствует о том, что новый мир может быть создан только благодаря просветлённым от природы (которая с ними за одно) людям.

Перед нами раскрывается практически кантовская идея о выполнении человечеством плана природы – избранные природой, наделённые просветлением должны создать новый прекрасный мир, где всё будет хорошо, ибо таков план природы, помогающей просветлённым [См.: Кант]. Само название композиции, скорее напоминающее максимуму, вселяет в людей уверенность ведь «нас не догонят». Композиция не предусматривает даже намёка на наличие других вариантов – авторы уверены, что будет именно так. Стоит отметить, что создание и уход в свой дивный новый мир в метафоричном виде синонимичны проникновению в нирвану, превознесению над бренностью земной жизни, осознанию факта обладания принципиально новыми возможностями. Поскольку даже «пустота нас не догонит». Данное состояние в некотором смысле аналогично марксовским представлениям об обретении бессмертия после построения идеального общества - новый мир, где всё зависит от наших желаний.

Немаловажно отметить, что возможность отступления от выполнения поставленной задачи отрицается как худшее зло, лучше которого даже бездействие, негласно порицаемое в песне-призыве – «лучше никак, но не обратно».

Таким образом, перед нами предстаёт затейливая, реминисцирующая к кантовской идее о плане природы, пропаганда западных, либеральных

ценностей – в частности, индивидуализма и плюрализма (толерантности) [См.: Хейвуд, 2005].

Либеральная интенция имманентно присуща творчеству «t.A.T.u», она эксплицитно выражена и в других композициях группы. Так в песне «Я сошла с ума» героиня проявляет нонконформизм по отношению к насаждаемым обществом стереотипам, нормам, подавляющим её индивидуальность, разрушающим её счастье, нарушающим свободу личности, она выходит за рамки предложенного ей социумом дискурса.

Композиция-максима «Кто если не я» в совокупности с необходимостью обладания активной гражданской позицией аналогично проповедует базовую либеральную ценность – индивидуализм: «Кто, если не я, то кто же?/Кто, вместо меня поможет мне?/Кто это всё оценит?/Кто, кто это всё изменит?». Более того, текст песни содержит в себе попытку объяснить граждански пассивным людям ошибочность их позиции: «Кто там за молчанье платит?/Слёз не хватит». Эта же мысль затрагивается в треке «Ничья»: «Никто не пойдёт за нас /Каждый один/Не уходи». И в песне «Не верь, не бойся, не проси».

В сингле «Люди-инвалиды» критикуются однобокость и сомнительная нравственность общественных норм, не терпящих девиаций. Песня гласит о том, как социум забивает индивидуализм выделяющихся из него представителей: «Потерянных не ждут/Печальных не хотят/Такие не живут/Их топят как котят», - вынуждает становиться конформными «людьми-инвалидами» (неполноценными в плане морально-нравственных и этических норм), живущими по правилу: «Вечер без любви/Утро без обиды».

Исполнители задаются вопросом: почему для общества бесчувственные и даже продажные гетеросексуальные отношения являются нормой, в то время как наличие платонической тяги, любовных чувств между гомосексуалистами порицается как девиация? Они уведомляют слушателей о том, что у каждого всегда есть выбор – защищать частную собственность и ценить собственные интересы выше общественных (преследовать

либеральные ценности): «Чужого не бери/Свое не отдавай/Зажмурься и умри/Люби и умирай» или же жить по сомнительным стандартам конформного общества: «Скажи и поклянись/Скажи, что ерунда/Умри и притворись/Что любишь навсегда».

Основная аудитория «t.A.T.u» - подростки и молодёжь, находящиеся в сензитивных периодах развития. В России это дети «перестройки» и новой демократически ориентированной России – новое поколение свободное от идеологического пресса, противостоящего либеральным идеям. Примечательно, что на Западе среди поклонников «t.A.T.u» была существенна доля лиц в возрасте 25-30 лет, а в РФ их было гораздо меньше. Предположительно этот факт обусловлен восприятием данным поколением ещё советских культурных кодов, иных идеологических компонент, препятствующих считыванию смысловой нагрузки. «Социальное пространство сконструировано так, что агенты, занимающие сходные или соседние позиции, находятся в сходных условиях, подчиняются сходным обусловленностям и имеют все шансы обладать сходными диспозициями и интересами, а, следовательно, производить сходные практики» [Дзялошинский, Пильгун, 2011, с.67.].

Таким образом, идеологическая интенция творчества «t.A.T.u», транслируемая посредством музыкальной коммуникативной среды, воспринималась молодыми людьми в той или иной мере знакомыми с западной культурой (символическими культурными образцами), обладающими представлениями и разделяющими (хоть и не всегда осознанно) либеральные ценности.

«Нет ничего более важного, чем точное понимание того, что подразумевает — а также, что не подразумевает - высказывание» [Гирц]. Но необходимо признать, что вопрос о правильности декодирования и интерпретации слушателями смыслов, заложенных авторами и исполнителями музыкальных композиций, остаётся малоизученным. В этой

связи вышеприведённые трактовки текстов могут являться ни чем иным как индивидуальным восприятием отдельно взятого человека. Однако ввиду отсутствия научных работ, доказывающих это предположение, данная точка зрения имеет право на существование и актуализирует идею проведения исследований, касающихся проблемы восприятия и трактовки адресатами доносимых до них в разных коммуникационных средах смыслов.

Список использованной литературы:

- 1) Богачёв М.И. Музыкальная композиция как средство политической коммуникации//Инновационные технологии бизнес-коммуникаций: стратегии и тактики. Материалы международной научно-практической конференции (25 ноября 2011 г.) Серия «Коммуникативные исследования». Выпуск 7. – М.: НИУ ВШЭ, 2011. С.50-58.
- 2) Гирц К. Интерпретация культур. - [Электронный ресурс].- http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/girc/index.php Дата обращения: 12.04.12
- 3) Грайс Г.П. Логика и речевое общение [Текст]/Г.П. Грайс// Новое в зарубежной лингвистике. Вып.16.-М.: Прогресс, 1985. С. 34-54.
- 4) Дзялошинский И.М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты. Монография/И.М.Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2012.– 592 с.
- 5) Дзялошинский И.М., Пильгун М.А. Медиатекст: особенности создания и функционирования. – М.: НИУ ВШЭ, 2011.– 377с.
- 6) Кант И. Идея всеобщей истории во всемирно-гражданском плане. - [Электронный ресурс].- <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000510/>Дата обращения: 01.04.12
- 7) Козубовский В.М. Общая психология: познавательные процессы: учебное пособие / В.М. Козубовский. - 3-е изд. - Минск: Амал-фея, 2008. - 368 с.
- 8) Павиленис Р. Проблема смысла. Современный логико-философский анализ языка[Текст]/Р.Павиленис. – М.: Мысль, 1983. - 286 с.
- 9) Текст песни «Нас не догонят». - [Электронный ресурс].- <http://www.tatu.ru/> Дата обращения: 01.04.12

- 10) Устинова В.А. Из той же оперы. Музыка как ресурс управленческого мышления. – [Электронный ресурс].- <http://www.psychology.su/2009/04/30/opera/>Дата обращения: 01.04.12
- 11) Хейвуд Э. Политология: Учебник для студентов вызов/ Пер. с англ. под. ред. Г.Г. Водолазова, В.Ю. Бельского. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.– 544 с.
- 12) Якобсон Р.О. Речевая коммуникация; Язык в отношении к другим системам коммуникации [Текст]/Р.О. Якобсон//Избранные работы. - М.: Прогресс, 1985. С. 45-87.
- 13) Shannon C., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication. -Urbana: University of Illinois Press, 1963. -126 p.