

2. Розанов, В.В. Цель человеческой жизни // Собр. соч. в 30 т. Т.28. Эстетическое понимание истории. – М.: Республика, 2009.
3. Соловьев, В.С. Оправдание добра. Нравственная философия // Сочинения в 2 т. 2-е изд. Т. 1 / Сост., общ. ред. и вступ. ст. А.Ф. Лосева и А.В. Гулыги; примеч. С.Л. Кравца и др. – М.: Мысль, 1990.
4. Соловьев В.С. Философские начала цельного знания // Сочинения в 2 т. 2-е изд. Т. 2 / Общ. ред. и сост. А.В. Гулыги, А.Ф. Лосева; примеч. С.Л. Кравца и др. – М.: Мысль, 1990.

Сосновская Н.А.,
Беларусь, г. Минск

К ВОПРОСУ О СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИЗУЧЕНИИ МУЗЫКИ

Музыкальная культура является неотъемлемой частью социокультурного пространства общества. Процессы массовизации современной музыки, обусловленные развитием всевозможных технических средств, способствуют проникновению музыки в самые разнообразные сферы жизни современного общества. Музыка звучит по радио, телевидению, как саунд-трек в кино, заставках рекламы, на спортивных соревнованиях, заполняет свободное время в автомобиле и т.п. В связи с этим последние десятилетия социологов все больше привлекают вопросы функционирования музыки в обществе.

Можно выделить несколько различных направления в музыкальной социологии. Первое направление, условно определяемое как музыковедческое – обращается к социальным проблемам теории и истории музыки. Данное направление дополняет традиционные области музыкознания. Здесь речь идет о том, как социальное функционирование музыки отражается в ее содержании и форме, в музыкальном творчестве и

исполнительстве. Как связаны социальное и музыкальный язык в целом: жанр, интонация, мелодические ходы, исполнительские трактовки. Второе направление – эмпирическое, изучает распространение музыки в обществе, отношения, возникающие и развивающиеся под влиянием музыки, отношение к музыке различных социальных групп и т.п.

Как и ученые 70-х (Цуккерман В.С., Коган Л.Н., Головинский Г.О. и др.), исследователи, обращающиеся к проблемам функционирования музыки в обществе на современном этапе, отмечают, что социология музыки находится в стадии становления (Николаев В.И., Патлатая Е.Б, Горюнова Л.О., и др.). Несмотря на это, можно выделить доминирующее направление, в рамках которого реализуется большинство исследовательских проектов.

Как часть искусства музыка отражает потребность человека в образно-символическом выражении своих переживаний и своего внутреннего мира. Музыка *выражает* идеи, представления, мысли через ощущения и самым непосредственным образом воздействует на эмоции. Поэтому одним из популярных дискурсов анализа является рассмотрение музыки как системы коммуникации (Милорадова, Новиков, М. Найдорф). Милорадова И.Н. отмечает, что в западной социологии музыки господствует представлении о музыке как о композиторском сообщении, передающим идеи, образы и чувства [1].

Созданное автором произведение (или символическое сообщение, послание) нуждается в своем воспроизведении и восприятии. Жизнь музыки в ее звучании. Музыкальное сообщение должно быть услышано и воспринято. Последнее время, говоря о восприятии музыки, чаще используют термин потребление. Данные понятия отражают разные концептуальные представления о музыкальной культуре в целом.

Знаковая фигура для социологии музыки, Т.Адорно, без упоминания имени, которого не обходится ни одна социологическая работа в данной области исследования, разводит понятия серьезной и легкой музыки.

Базовым положением его концепции является утверждение, что музыкальные произведения - самоценные структуры, предопределяющие реакции слушателей. «Истинная», «высокая» музыка первична. В произведениях, отвечающих требованиям «высокой» музыки в концентрированной форме сосредоточен «дух эпохи», передается ее сущность и основные черты. Он разработал классификацию различного типа слушания музыки, в основе которой лежит отношение к внутренней организации музыки, понимание структуры и логики развития музыкального произведения. Имеется ввиду классическая музыка, которая слушается в филармонических и оперных концертных залах. В зависимости от глубины понимания и осознания классической музыки выделяются типы эксперта, хорошего слушателя, образованного слушателя-потребителя культуры, эмоциональный слушатель.

Отдельно Т.Адорно выделяет развлекающегося слушателя, и отмечает, что для этого типа слушателя музыка является не смысловым полем, а источником раздражения. Музыка, которую предпочитает данный тип слушателя – так называемая легкая музыка - призвана обеспечивать практики релаксации. Она не подлежит анализу при помощи эстетических категорий и может оцениваться только как товар с позиций его популярности и востребованности. Он отмечает, что количественно – это самый значительный из всех типов. На тип развлекающегося слушателя рассчитана индустрия культуры [2].

Следуя идеям, заложенным Адорно, и учитывая, что массовая культура в современном обществе является доминирующей формой существования культуры, в современной музыкальной социологии музыка рассматривается в контексте массовой культуры и потребления.

На понимание музыки как феномена культурного потребления также оказали влияние теории постмодернизма, анализирующие процесс символической коммуникации и конструирования идентичности. (Г. Зиммель, Р.Барт, Ж. Бодрийяр)

Совместное потребление создает материальную основу для социального взаимодействия, для формирования социальных сетей, формальных или неформальных групп. Театр, стадион, концертный зал и т.п. – это места коллективного потребления. Спортивные базы, центры, клубы, посещение праздничных мероприятий выполняют важную функцию формирования и воспроизводства социальных связей, конструирования социальной идентичности через обозначение принадлежности к тому или иному сообществу, сети. Иначе говоря, многие формы индивидуального потребления – это процессы производства социальности. Здесь идентичность конструируется через совместное потребление с теми людьми, с которыми индивид ассоциирует себя. Таким образом, предпочтение того либо иного музыкального направления рассматривается как символическое обозначение принадлежности к той или иной группе или слою.

Для изучения особенностей потребления немаловажное значение имеют характеристики и образ целевой потребительской группы. В связи с этим большое значение придается изучению музыкальных предпочтений и вкусов различных групп населения. Открытость данной области для социологического измерения делает ее одним из основных направлений исследования.

Чаще всего группой, находящейся в фокусе внимания исследователя является молодежь, так как музыка, по результатам многочисленных наблюдений, занимает ведущие позиции в структуре досуга молодежи (Борисова Е.Б., Горюнова Л.О., Чепурова К.И.). И если в 70 - 80-е годы 20 в. социологи просто констатировали музыкальные предпочтения молодежи, то на нынешнем этапе, музыкальные предпочтения связываются с процессами формирования идентичности современной молодежи, с особенностями формирования различных жизненных стилей, как фактор функционирования молодежных субкультур т.п.

Появлению в музыкальной социологии категорий «идентичность» и «жизненный стиль» способствовал анализ культурного потребления П.Бурдые.

П. Бурдые указывает, что доминирующим принципом формирования предпочтений является *вкус*, являющийся результатом социальных условий социализации агента и наличного положения в обществе. [3] Вкусы определяются им как системы классификации потребляемых объектов. Выбор индивида обусловлен связью между системами классификации (понимаемым как вкус) и его условиями существования. Индивиды различаются по тому, как они производят различия между красивым и безобразным, вкусным и безвкусным, утонченным и грубым и т.п. На основе вкуса потребности индивида реализуются в те или иные стратегии, складываясь в совокупность выборов, формирующих стили жизни. Таким образом, на художественные вкусы и предпочтения агентов оказывает влияние условия его формирования и принадлежность к социальной группе.

Существенное влияние на музыкальные вкусы оказывают СМИ, т.к. распространение звукового материала напрямую связано с техническими средствами трансляции. Зависимость музыкальных вкусов от института продюсерства, обеспечивающего материальные возможности исполнения и тиражирования, и в целом от структур шоу-бизнеса отмечается многими исследователями.

В эмпирических исследованиях при изучении музыкальных вкусов молодежи были выявлены следующие закономерности. Обозначено, что современная звуковая среда характеризуется стилевым многообразием; констатирована преобладающая ориентация на западную музыкальную парадигму; зафиксировано значительное временное потребление музыки молодежью; подтверждено воздействие на музыкальные предпочтения принадлежности индивида к определенной социальной группе; обнаружено наличие разрыва между разработанностью понятия вкуса в литературе и

практикой его развития у молодежи [4]. Также выявлена взаимосвязь качественной неоднородности популярной музыки с различным типом культурного поведения: стремлением к самовыражению и обновлению или ориентация на установленные образцы [5]. В проведенном Лебедевым П. исследовании, посвященном особенностям восприятия музыки различными группами молодежи, выделены *ключевые характеристики* поп-музыки существенные для определения отношения к ней молодежной аудитории. Это: «танцевальная составляющая в музыке», «текстовая составляющая и запоминаемость песни», «качество подачи песни», «эмоциональная оценка», «я и референтная группа (описывает связь музыкальных предпочтений с группой по интересам, касается групповой идентичности)» [6].

В современной музыкальной социологии основным направлением исследований является рассмотрение музыки в контексте массовой культуры и потребления. Доминирующим принципом формирования музыкальных вкусов признается принадлежность индивида к социальной группе. Также большую роль играют СМИ, которые под воздействием посреднических структур задают преобладающую музыкальную ориентацию.

Литература

1. Милорадова, И.Н. Музыка как семиотическое явление современной культуры (материалы конференции) [Текст] / И.Н. Милорадова // Молодежь и XXI век: материалы II Междунар. молодеж. конф. (Курск, 7-9 апреля 2010 г.)
2. Адорно Т. Избранное. Социология музыки. М.-СПб., 1999.
3. Бурдые П. Различение: Социальная критика суждения // Экономическая социология, Т.6, №3, 2005.
4. Мозгот В.Г. Музыкальный вкус молодежи // Социологические исследования. - 2012. - № 10. - С. 70-77.

5. Борисова Е.Б. Музыка как фактор формирования молодежных субкультур. // Автореф. канд. соц. наук. СПб., 2005. 18с.
6. Лебедев П. О типах слушателей современной российской поп-музыки в молодежной аудитории. // Вестник общественного мнения №5 (91) сентябрь-октябрь 2007 с.48-54

Хорошкевич Н.Г.,
г. Екатеринбург

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОНЯТИЯ «КУЛЬТУРА» В СЛОВАРНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Культура – одна из важнейших сфер человеческой жизнедеятельности. В связи с этим культура является одним из наиболее исследованных направлений в социологии. Однако общество постоянно развивается, что влечет за собой изменения в его различных сферах, в том числе и в культуре, регулирующей взаимоотношения между людьми во всем обществе. По этой причине исследования в сфере культуры постоянно актуальны.

В данной статье предложен анализ трактовки понятия «культура», представленных в словарной литературе. Казалось бы, этот термин исследован давно. Но, как уже было отмечено, в культуре постоянно происходят изменения. Эта сфера постоянно изучается, дополняется новыми знаниями, и с течением времени обновляются трактовки самого понятия «культура». С течением времени ученые отмечают в определениях другие грани изучаемого явления. Это делает актуальным не только исследование самой сферы культуры, но и самого понятия «культура».

Как известно, наиболее известные трактовки того или иного понятия представлены в словарной литературе. В связи с этим, анализируя определения того или иного изучаемого явления, целесообразно рассмотреть его интерпретации, представленные в словарях.