

СЕМЕНОВА А. Э.

Казанский (Приволжский) федеральный университет

МУЗЫКАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ОБРАЩЕННОСТЬ К ЛИЧНОСТИ

Данная публикация посвящена вопросу поддержки и тиражирования академической музыкальной культуры посредством музыкальной журналистики, ее обращенностью к такой ценности, как личность. Автор утверждает, что без этого невозможно развитие у аудитории способности к переживанию музыкального произведения. Обращенность к личности автора или исполнителя музыкального произведения, к личности слушателя отличает такое направление медиа-деятельности, как «академическая музыкальная журналистика». В публикации с опорой на теоретиков дается ее определение, раскрывается ценностная палитра.

Ключевые слова: музыкальная журналистика, академическая музыкальная журналистика, массовая музыкальная журналистика, личность, эстетическое восприятие.

Semyonova A. E.

Music journalism: appeal to the personality

This publication is devoted to the issue of support and replication of academic musical culture through musical journalism, its appeal to such a value as a personality. The author argues that without this it is impossible to develop the audience's ability to feel a musical pieces. The appeal to personality of an author or performer of the musical work, to personality of a listener is distinguished by such direction of media activity as «academic music journalism». In the publication, based on theorists, its definition is given, the value palette is revealed.

Keywords: music journalism, academic music journalism, mass journalism, music, personality, aesthetic perception.

Полифоническая природа такого феномена, как академическая музыкальная журналистика, рождает большое количество споров в определении ее места в системе общественных координат. Эта область профессиональной деятельности находится на стыке сразу нескольких наук: музыковедческой, журналистской, социологической, психологической. С музыковедческой наукой академическую музыкальную журналистику связывает объект и метод критического осмысления — музыкальный процесс; с журналистской — средства массовой информации как основные каналы трансляции текстов (электронных, теле- и радиосообщений), с социологией — ценностные общественные ориентиры, с психологией — область воздействия — эмоциональная сфера личности.

Ведущий теоретик в области музыкальной журналистики Т. А. Курышева в своих работах относит этот феномен к «системе прикладного музыковедения», к «форме реализации особой музыкально-литературной области» [1, с. 14], выделяя при этом ее в особую область, музыкальную критику как «характер мыслительной деятельности художественно-оценочный по своей природе» [там же]. Другой автор — Л. А. Птушко относит музыкальную журналистику к музыкально-прикладному искусству и отмечает значимость авторского начала в ней: «в художественной журналистике (к которой относится музыкальная

журналистика, — прим. авт.) объективная данность пронизана человеком», важно «оценить оценку мира в произведении и художественно выразить свое отношение к ней» [3].

Отметим, что цитируемые авторы рассуждают на тему музыкальной журналистики. Между тем мы предлагаем ввести новые понятия, различающиеся по объекту осмысления — академическую и массовую музыкальную журналистику. Сегодня следует говорить об академической музыкальной журналистике как особой области художественной журналистики, целью которой является духовно-ценностное осмысление современного музыкального процесса, встраиваемого в систему общественных интересов. Это совокупность всех текстов об академической музыке, находящихся на разных ступенях музыкального процесса и транслирующих различные по цели высказывания. Массовая музыкальная журналистика тиражирует продукты общего потребления, которые в контексте данной публикации нами не рассматриваются.

Под музыкальным процессом мы понимаем совокупность действий, относящихся к созданию и тиражированию академической музыкальной культуры. Важность человеческого фактора в нем сложно переоценить. Если соотнести все его слагаемые, то получится такая цепочка: автор — музыкальное произведение — исполнитель — музыкальный журналист — читательская аудитория. Безусловно, в век высоких технологий смена вертикальной коммуникации на горизонтальную, вносит свои коррективы в возможности восприятия музыкальной культуры. Как справедливо отмечает в своей статье А. А. Михеев, «музыка стала условно бесплатной. И теперь музыкальная журналистика уже не должна только информировать аудиторию. Ключевая задача — быть фильтром в мире музыки, отсеивая для аудитории только нужную ей информацию» [2]. «Отсеивать» значит отбирать. Выходит, что музыкальный журналист выбирает для аудитории только то, что считает нужным, опираясь на свой опыт, музыкальный вкус, профессионализм, умение услышать — все это личностные компоненты. Это авторское личное переживание музыкального произведения. Он пытается «услышать» ценность этого сочинения и дать ему новую жизнь в своей собственной словесной интерпретации. Вот первая опора — личностное переживание ценности субъекта восприятия. Воспитание самого себя как профессионала. Проникаясь идеей произведения искусства, мы воспитываем в себе способность к его эстетическому переживанию. Выражая же свое отношение в тексте и, тем более, вынося его на трибуну, в качестве которой выступают различные медийные площадки, мы намечаем начало зарождения способности к эстетическому переживанию. Мы воспитываем музыкальный вкус аудитории.

Второе по очередности, но не по значимости — личностное переживание сочинения исполнителем. Исполнитель воссоздает авторский замысел так, как воспринимает его собственный духовный мир. Фактически, мы слышим уже пережитое сочинение, новое, с точки зрения акцентов. И здесь снова в центре личностно и ее эстетическое восприятие.

Третья личностная опора — духовный мир человека, который воспринимает авторский текст. В контексте академической музыкальной журналистики при-

нято говорить о профессиональной аудитории. Однако стоит отметить, что первые музыкальные публикации рождались на почве массовых изданий и считались просветительскими. С ними мог столкнуться абсолютно любой читатель, и неподготовленный в том числе, но это не означает, что личностное восприятие было нивелировано. Оно, наоборот, было гораздо более ценным. Потому как наполняло и воспитывало.

Личность автора музыкального произведения, его идейный мир, исполнительская личность, музыкальный журналист и личность читателя — это опорные векторы, на которые направлена академическая музыкальная журналистика, которая выполняет главную функцию — воспитывать способность к эстетическому переживанию музыкального сочинения. На ней и базируется духовно-ценностная система академической музыкальной журналистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Курышева Т. А. Музыкальная журналистика и музыкальная критика : учеб. пособие для студентов вузов. Москва, 2007.
2. Михеев А. А. Новые задачи современной музыкальной журналистики [Электронный ресурс] // Медиаскоп : электрон. науч. журн. 2015. № 4. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/918> (дата обращения 15.01.2018).
3. Птушко Л. А. Музыкальная журналистика: от теории к практике [Электронный ресурс] // Проблемы филологии, культурологии, искусствознания. 2010. № 1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/muzykalnaya-zhurnalistika-ot-teorii-k-praktike> (дата обращения 15.01.2018).