

© 1995

Пушкар В.В.

СОЦИОНИКА И МУЗЫКАЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Почему музыкальный бизнес Украины — развлечение для нескольких тысяч музыкантов и их поклонников, а не отрасль национальной экономики, приносящая прибыль? Почему большинство исполнителей не имеют индивидуального имиджа, индивидуального звучания и, в результате, не находят своей публики? Как это связано с типологией личности, инертными отношениями и соционическими закономерностями развития?

К сожалению, еще живы стереотипы «музыки для всех», «всемирной популярности» и т.д. Но далеко не каждый любитель музыки, осознающий, что он слушает, и готовый тратить деньги на посещение концертов и приобретение записей, чувствует себя уютно в роли «массового слушателя». Пора попытаться дать своего героя на сцене каждому, кто нуждается в этом герое.

Поскольку музыкальное восприятие является частным случаем информационного метаболизма, естественно предположить, что оно в значительной степени зависит от типа информационного метаболизма (ТИМ) исполнителя и слушателя, а также подчиняется законам инертных отношений. Эта зависимость усиливается, если исполнитель ярко проявляет сильные стороны своей личности, а слушатель имеет определенную эстетическую подготовку. Автор статьи не располагает статистикой эстетических предпочтений представителей различных ТИМов, но предварительные данные опроса музыкантов, ТИМы которых известны достоверно, этот вывод подтверждают.

Предполагается следующее описание музыкального восприятия в терминах соционических функций:

- 1 - звук в абстрактных символах, теория музыки;
- 2 - конкретный звук; звук как самоцель, применение теории, технических средств;
- 3 - комфортность, «визуальный имидж», внешность исполнителя, манера держаться;
- 4 - физиологическое воздействие, сексуальность, агрессия;
- ⊐5 - образ жизни исполнителя, истории, связанные с его именем, «вербальный имидж»;
- 6 - эмоциональное воздействие, настроение;
- △7, ▲8 — возможности проявления по черным и белым функциям.

Дихотомия △9 — ○10 очевидна. Это возможное изменение сенсорного воздействия, чередование торможения и возбуждения. Дихотомия △11 — □12 — возможное развитие темы, аранжировка, изменение обработки звука, звукоизвлечения. Дихотомия △13 — ⊐14 — возможное изменение настроения, установление отношений с исполнителем, деятельность фан-клубов.

По Носуленко [1] □15, ■16 относятся к когнитивной функции музыкального восприятия; ○17, ●18 — к регулятивной; ⊐19, ■20 — к коммуникативной. Музыкальное произведение в большей или меньшей степени воздействует на все функции с акцентом на одной или нескольких. Преимущественно когнитивная (логическая) музыка — академический авангард; регулятивная (сенсорная) — диско, хеви металл; коммуникативная (этическая) — песни бардов. Такое выделение этики как коммуникативной функции достаточно условно, но неподготовленному слушателю, который не ищет ни логической новизны, ни сенсорного торможения или возбуждения, этическая информация представляется наиболее важной. Вследствие низкого уровня музыкальной культуры, недоступности звуковой аппаратуры высшего и среднего класса для большей части населения, становятся популярными «блатные» песни, шлягеры на тему «кровь-любовь».

Восприятие по △21, ▲22 — интуитивное отнесение произведения к «искусству» или «неискусству», понимание его сущности. Музыка с ослабленным интуитивным воздействием — в лучшем случае хорошая работа ремесленника.

Возможные сочетания воздействий делают музыкальное произведение носителем ТИМа. Музыка с выраженным усилением нескольких функций становится популярной в определенной субкультуре, а четко сбалансированная, «защищенная» по всем функциям переходит в область

массовой культуры. Такое произведение издается большими тиражами, не вызывая ни у кого ни особых возражений, ни особого восторга.

Соционические закономерности развития достаточно четко прослеживаются в истории рок-музыки США и Великобритании, которая приводится в качестве примера по следующим причинам:

- 1/ США и Великобритания — страны с развитым шоу-бизнесом, и рок-музыка — одна из важнейших его отраслей.
- 2/ Легко устанавливаются даты попадания исполнителя в хит-парады, составляемые сравнительно объективно.
- 3/ Среди исполнителей рока есть представители всех 16 ТИМов, хот, естественно, некоторые встречаются чаще.
- 4/ Автор, как правило, является аранжировщиком и исполнителем собственной музыки, что позволяет ему проявить свой ТИМ сильнее, чем исполнителям других жанров.
- 5/ Даже в тех ансамблях, где музыка пишется коллективно, представителями нескольких ТИМов, есть лидер, ТИМ которого сильнее всего влияет на музыкальное произведение, которое становится носителем интегрального типа.

Интегральный тип музыкального произведения устанавливался на основе прослушивания музыкального произведения и анализа его воздействия на функции ИМ с учетом контекста субкультуры, с которым автор знаком достаточно хорошо. Учитывалась также фактическая информация об исполнителях и их «визуальный имидж» в видеоматериалах.

Четко прослеживается преимущественное развитие музыкальной моды по правому кольцу социального прогресса от первой рок-группы и исполнителя блюзов Мадди Уотерса (O■23 (СЭИ)), работавшей с конца 40-х годов, до группы Трента Резнора (Δ■24 (ИЛИ)) Найн Инч Нейлз, популярной в начале 90-х.

Традиционный рок-н-ролл — музыка диады ●□2526 (СЭЭ) — Δ■27 (ИЛИ) (Элвис Пресли — Билл Хейли; позднее Мик Джаггер — Кейт Ричардс, Роллинг Стоунз; Роджер Долтри — Пит Тауншед, Зе Ху) становится популярным в США с 1952 года. Переход по левому кольцу от b квадраты к g всегда имеет скачкообразный «революционный» характер, т.к. ценности диады ■Δ (ЭИЭ) — □● (ЛСИ) мало совместимы с ценностями субкультур, в которых возникает рок.

Такой же скачок происходит в 1976 году — появление панк-рока и новой волны (Джонни Роттен, Секс Пистолз (●□ (СЭЭ)), Мидж Юр, Ультравокс (Δ■ (ИЛИ)), Дебби Харри (●□ (СЭЭ)) и Крис Стайн (Δ■ (ИЛИ)), Блонди). Интересно, что Игги Поп (●□ (СЭЭ)), написавший свои объективно самые интересные и сильные вещи в 1968-1970 гг., становится популярным в середине 70-х. Разумеется, здесь речь идет о тенденции. Нормальный шоу-бизнес предполагает постоянное присутствие в хит парадах представителей всех квадр, с поочередным преобладанием одной из них.

Наличие в одном месте и в одно время нескольких теоретиков правого кольца, относящихся к одной музыкальной субкультуре и обладающих значительным творческим потенциалом, приводит к бурному развитию жанра. Такая ситуация сложилась в Лондоне конца 60-х — начала 70-х, когда так работали, в частности ▲□ (ИЛЭ): Дэвид Боуи, Браен Ино, Марк Болан (Ти Рекс); Δ■ (ИЛИ): Пит Тауншед (Зе Ху), Оззи Осборн; Δ■ (ИЭИ): Сид Баррет (Пинк Флойд), Эрик Клэптон, Риччи Блэкмор.

В настоящее время рок-музыка испытывает кризис, связанный с засилием структур b квадраты, крупных и малоподвижных музыкальных монополий. Исполнитель должен четко вписываться в рамки жанра, соответствовать довольно жестким требованиям немusical характера, чтобы получить их поддержку, «раскрутку». Ряд созданных в 70-80-е годы независимых фирм, заполнявших ограниченные ниши рынка, потерпел банкротство, в том числе некогда процветавшие Фэктори Рекордз, Роу Трейд. Другие (Мьют Рекордз) вросли в структуры b квадраты и занялись продукцией массовой культуры. Несмотря на это, растет популярность «героев» g квадраты: Найн Инч Нейлз, Соник Юс, Nirvana, Пи Джей Харви.

Музыка представителей левого кольца менее подвержена влиянию моды, так же, как и их популярность (Брюс Спрингстин, Билли Джоэл (□▲ (ЛИИ)); Боб Дилан, Том Пэтти (Δ■ (ИЭИ)). Она чаще становится достоянием субкультуры, а не широкой публики.

Вернемся к украинскому музыкальному бизнесу. Господствующие структуры b квадры не могут обеспечить поддержку даже «своих» исполнителей. Качество музыкальной продукции государственного телевидения, радио, звуковых студий (за исключением некоторых записей академической музыка) ниже всякой критики. Работа этих структур с исполнителями g (Брати Гадюкіни, Віка) и a квадр (Зе Хостільня) снижает их творческий и коммерческий потенциал. Музыка d квадры (Коллежский Ассессор, Ярн) вообще не замечается. Не замечается и рост популярности среди молодежи музыки g квадры (гранж, хард-рок, группа В.В.). Искусственно тормозится работа независимых звуковых фирм, организация концертов, создание рок-клубов. Результат — упущенная коммерческая выгода, неудовлетворенность потребителя, тяжелое положение объективно сильных исполнителей. Украинскую музыку на Украине почти не слушают.

Л и т е р а т у р а :

1. Носуленко В.Н. Психология слухового восприятия. — М., Наука, 1988.
2. Молодцов А.В. Практикум по прикладной соционике. — К., ИСИО, 1992.
3. E.Ward, G.Stokes, K.Tucker. Rock of age. The Rolling Stone history of rock and roll. — Penguin Books, 1987.