

Зоряна ЛАСТОВЕЦЬКА-СОЛАНСЬКА

ЕСТЕТИЧНІ ЗАПИТИ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА В ПРОЕКЦІЇ НА КОМПОЗИТОРСЬКУ ТВОРЧІСТЬ

Мистецтво безпосередньо пов'язане з соціальним середовищем, регулюється і координується ним в напрямках свого розвитку, соціальні запити впливають на всі рівні існування музики: композиторську творчість, виконавську манеру, слухацьке сприйняття.

Запит породжується потребою і являє собою дефініцію змісту потреби у зв'язках індивідуума з соціальним середовищем. Пропонується більш конкретизоване визначення сукупності очікувань, потреб, вимог, ціннісних установок соціального середовища як «соціального запиту».

Становлення інтересу до музики залежить від багатьох факторів, серед яких вікові особливості, індивідуальні риси, досвід сприйняття музичного мистецтва; соціально-демографічні особливості, пов'язані зі специфікою особистості, яка живе у певному географічному середовищі, її професією, метою слухання музики, соціальною роллю тощо. Важливими є умови макро- і мікро- середовища. Часто інтерес до музичного явища може виникнути під впливом реклами, моди, суспільної думки тощо. Прибічники неокантіанства були переконані, що соціум заснований спочатку на етичних, а потім на естетичних цінностях. Знаменитий філософ, мислитель і публіцист Хозе Ортеґа-і-Гассет, який сформував власну естетичну теорію, вважав, що естетичні цінності недоступні для сприйняття кожною людиною, оскільки мистецтво — це спосіб передачі понять естетичного світу, що не тотожний реальності, а існує у нашій свідомості лише як уявлення про неї.

Сутність естетичної функції полягає у формуванні естетичних смаків, здібностей і потреб людини, її ціннісних орієнтацій, у пробудженні творчого начала особистості.

Свого часу природу естетичних емоцій з точки зору психології аналізував А. Виготський. Виходячи з того, що музика постає також і як засіб естетичної насолоди, деякі вчені окреслили цю функцію як гедоністичну. В різні часи виникала думка, що естетичні переживання — це розкіш, доступна не багатьом. На цьому ґрунтується теорія елітарності в мистецтві.

Відомий філософ Освальд Шпенглер універсальною естетичною цінністю називав «високий творчий дар композитора і виконавця», який проявляється у бездоганному володінні технікою свого мистецтва, розкутості й могутності фантазії, здатності робити відкриття. Слухачі під час сприймання музичного твору співпереживають близькі авторів ідеали.

У відомій тріаді «композитор-виконавець-слухач» її учасники перебувають як в опосередкованих відносинах («композитор — публіка»), так і в безпосередніх («виконавець — публіка»). Врахування соціальних запитів важливе для розуміння всіх рівнів функціонування музичної культури. Практично кожен твір мистецтва поряд із значною часткою авторефлексії творця є соціально й історично детермінованим, несе певну мистецько-соціологічну інформацію.

Важливим є поняття соціального запиту на продукт композиторської творчості. В західних дослідженнях воно розробляється досить інтенсивно. Наприклад, визначний спеціаліст в галузі соціології музики, хорватський вчений Іво Супічич вважав, що суспільне замовлення обумовлюється станом естетичних потреб і має передусім економічний характер. Проблема зв'язку «композитор — соціум» не залишилась непоміченою в музикознавчих розвідках. Дослідженню суспільного, психологічного та економічного становища композиторів і виконавців присвячено багато праць, зокрема А. Зільбермана («Чим живе музика»), Г. Ейнама («Композитор і суспільство»), Г. Енгеля («Музика і суспільство»), Дж. Мюллера, В. Віори («Композитор і навколишній світ») та ін. Останній, зокрема, наголошував на різкому відчуженні між композитором і публікою в ХХ ст.

Часто запити демонструють середній смак епохи, розвиток мистецтва нерідко випереджує зміни у смаках слухачів. Відношення пропозиції і попиту спостерігається на прикладі функціонування різних видів мистецтв.

У маркетингу культури чітко наголошується на тому, що на відміну від комерційного сектора, де продукт створюється відповідно до потреб споживача, митцю апріорно не нав'язуються ці вимоги. Тому вихідною позицією у мистецтві стає задоволення потреб митця у самовираженні, у розкритті власного «я», а не

задоволення потреб споживача. Митці сприймають навколишній світ крізь призму як своїх художніх потреб, так і соціальних запитів та інтересів, відповідно до цього пропонуючи продукт своїх творчих зусиль.

Твір спонукає реципієнта до переживання, так вважали теоретики естетичної симпатії (Е. Бьорк), емпатії (Т. Ліппс), емотивізму (А. Річардс), теорії естетичного досвіду (А. Дьюї та Т. Монро).

Майже кожен композитор уявляє, які запити і потреби його твори задовольнятимуть, інколи це локалізується в характері самого замовлення. Наприклад, у часи середньовіччя у ролі соціального замовника виступали Церква чи заможна аристократія, які й утримували творців музики при своїх дворах.

В історії музики можна знайти достатньо прикладів того, як митці випереджували соціальну та естетичну спрямованість своєї доби. Тут вступає в дію здатність митця передбачати та провіщати майбутнє, т.зв. «кассандрівське начало»¹. Врахування цього відіграє значну роль при дослідженні процесу творення артефакту.

Подобатись публіці прагнуло багато композиторів у всі часи. Особливої актуальності проблема контакту композитора і публіки набула в ХХ ст. Так, Ігор Стравінський підкреслював вплив публіки на творчість композитора-творця, зазначаючи при цьому згубний вплив на слухачів надто легкої доступності музики завдяки новим технічним засобам; Арнольд Шенберг скаржився на зниження музичних смаків аудиторії; Артур Онеггер викривав комерціалізацію музичного життя в індустріалізованому суспільстві; Пауль Гіндеміт висловлював тривогу через панування розважальності в навколишньому музичному середовищі; Бенджамін Бріттен підкреслював, що місія композитора — писати для людей, приносити їм радість, задовольнити різноманітні, в тому числі й зовсім конкретні, ужиткові потреби суспільства.

Кожен композитор координує свою творчість з соціальними запитами індивідуально. В кожному випадку аналіз координації соціальних запитів із творчістю допомагає зрозуміти сутність стилю композитора, його еволюцію, вибір жанрів, образів тощо.

У другій половині ХХ ст. в усіх сферах мистецького життя України важко

¹ Назва пішла від імені провидиці Кассандри, яка у дні розквіту й могутності Трої пророкувала її загибель.

говорити про природний розвиток мистецтва, оскільки «соціальний запит» чітко диктувався згори, і формування ціннісних установок відбувалося під тиском партійних постанов, тому творча індивідуальність митця практично розчинялась. Лише після «хрущовської відлиги» у 60-х рр. спостерігались деякі зміни у суспільно-культурній ситуації, поява відчуття відносної творчої свободи. З'явилися композиції з відбитком індивідуально-характерного почерку, з вкрапленням національних мотивів. Зокрема, у Бориса Лятошинського з'являються твори з «слов'янськими» назвами, Левко Колодуб звернувся до Кобзаря («Шевченкові образи»), Валентин Сильвестров написав «Есхатофонію» і «Спектри». Леонід Грабовський і Мирослав Скорик створили, за словами Б. Сюті, виразно «національно конотовані, «українські» композиції» з цікавим використанням ритмоінтонаційних формул фольклорного походження. Так, з-під пера Л. Грабовського вийшли «Чотири українські пісні» ор. 6, «Море», «Симфонічні фрески», а М. Скорика — «Гуцульський триптих» і Перша партита.

Лише у 1980–1990-х рр. митці отримали можливість більш вільного творчого самовиявлення, оскільки ідеологічні обмеження й заборони в основному були зняті, тут спостерігаються зростання ваги індивідуального чинника, поглиблений інтерес до національних витоків, пієтизм до народного (Я. Якуб'як), відродження релігійної творчості, забороненої за атеїстичного режиму, а звідси поява на ниві національної музики численних сакральних композицій (твори М. Скорика, І. Карабиця, Є. Станюковича, В. Камінського, О. Козаренка, Степурка, М. Ластовецького та ін.). Ця тенденція залишається актуальною і донині.

За часів незалежності українські композитори вільно виявляють свій творчий потенціал, вписуючись у сучасний світовий «звуковий ландшафт», активно інтегруються у світовий культурний контекст. Очевидно, кожен з них по-своєму переломлює поняття «соціального запиту» на своїй творчості. Дослідниця С. Павлишин слушно підкреслює, що теперішню епоху визначає плеяда митців найрізноманітнішого спрямування, «на різний смак споживачів», які творять, спираючись на власні інтенції, на внутрішнє відчуття традиції, а не під «тиском згори».

Деякі дослідники переконані, що в умовах сьогодення особистість перебуває в умовах «тотального естетичного шоку», оскільки теперішні мистецькі реалії демонструють вкрай протилежні й різноспрямовані тенденції.

Ще у 90-х рр. минулого століття на одному із з'їздів спілки композиторів

Родіон Щедрін вказував на втрату цілого покоління слухачів через брак належного музично-естетичного виховання та проблеми організації музично-звукового середовища.

Можна вважати, що при музичному вихованні та формуванні музичних смаків необхідно орієнтуватись на традиції, актуалізувати історично складені культурні цінності.

Перед музикантами академічного спрямування тепер постають нові завдання. Поряд із збереженням власного виконавського «я», з метою налагодження контактів із слухачькою аудиторією, їм необхідні ефективні рекламні акції, допомога арт-менеджерів, промоутерів, продюсерів, які би спрямували свою діяльність на забезпечення усіх організаційних питань та залучення підтримки меценатів. На заході — це розгалужена й розвинена практика, зосереджена на комерційній стороні функціонування культурних інституцій.

Сучасні митці апіорно звільнені від будь-якого політичного чи ідеологічного пресингу, хіба що їх творчу діяльність сковують закони ринку, на якому вони мають запропонувати свій музичний продукт. Свобода естетичних поглядів виступає прерогативою самого індивіда. Це приводить до якісно нових результатів у ділянці творчості.

Зниження інтересу до класичної музики у навколишньому гіперінформативному соціокультурному просторі відбувається значною мірою під впливом ЗМІ, які шляхом масового тиражування пропагують виключно популярну розважальну музику, створюючи орієнтацію на її моду та соціальний престиж, а також через брак адекватного музично-естетичного виховання. В результаті двічі проведеного соціологічного експерименту (804 та 560 респондентів відповідно) доведено, що спостерігається гіпертрофія насамперед розважально-гедоністичної функції музичного мистецтва, на відміну від морально-виховної чи пізнавальної.

Сучасне покоління стало свідком кардинальної зміни системи основних цінностей. Цей процес перебігає у вкрай нестабільних соціальних, економічних, психологічних умовах. На даному етапі відбувається переоцінка суспільних цінностей, що висуває нові вимоги до митців, змушує їх організовувати діяльність на нових засадах.

Ідеальним було б задоволення потреб у слуханні різноманітної музики. Найбільшою проблемою сьогодення стала проблема майже тотального домінування розважальної, не завжди високопробної музики у ЗМІ (за винятком

Інтернету), з майже повним ігноруванням потреб слухацької аудиторії класичної академічної музики. Музичні програми у мас-медіа достатньо одноманітні, особливо у ргіme-time. Що ж стосується класичної музики, то вибір у крамницях дуже обмежений. Найчастіше збірки формуються з різних уривків найвідоміших творів (із позначенням The Best) того чи іншого композитора, в той час, як на Заході у спеціалізованих музичних крамницях нерідко можна знайти більше десяти різних виконань того ж самого твору.

Тому можемо зробити висновки, що проблема естетичних запитів сучасного суспільства в проекції на композиторську творчість багатогранна й передбачає різноманітні підходи у її вирішенні.