

На правах рукописи

СЕРГЕЕВА Ирина Владимировна

**ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ
МАССОВОЙ МУЗЫКАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ**

Специальность 22.00.06 -
Социология культуры, духовной жизни

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук



Саратов 2004

Диссертация выполнена в Саратовском государственном
техническом университете

Научный руководитель - доктор социологических наук, профессор
Ярская-Смирнова Елена Ростиславовна

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор
Фиглин Лев Аронович

доктор социологических наук, профессор
Яковлев Лев Сергеевич

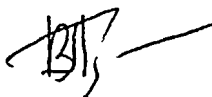
Ведущая организация - Институт социологии Российской
академии наук, г. Москва

Защита состоится "24" июня 2004 г. в 12 часов на заседании диссертационного совета Д 212.242.03 в Саратовском государственном техническом университете по адресу: 410054, Саратов, ул. Политехническая, 77, Саратовский государственный технический университет, корп. 1, ауд. 319.

С диссертацией можно ознакомиться в научно-технической библиотеке Саратовского государственного технического университета.

Автореферат разослан "20" мая 2004 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



В.В.Печенкин

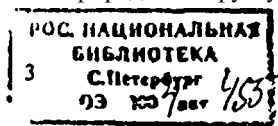
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования определяется тем, что проблема коммуникационных процессов в сфере массовой музыкальной культуры приобретает особенное значение для современного общества. Появление на мировом рынке совершенно нового типа культурной продукции формирует тенденции универсализации феномена массовой музыкальной культуры. Возникнув в русле бытовых жанров прикладного значения, массовые жанры трансформировались в универсальный феномен, по-разному проявляющийся в различных странах в зависимости от культурных традиций, социальной структуры и господствующей формы властных отношений. Проблемы массовой музыкальной культуры становятся частью повседневности во многом из-за того, что являются мощным фактором воздействия на массовое сознание.

Явления музыки для массового слушания являются одним из эффективных методов трансляции культурных практик во всем мире; легкость восприятия, прямая связь с современными формами досуга, жанровая специфика в сочетании с достижениями современных масс-медиа обеспечивают быстрое распространение массовой музыкальной продукции по всему миру. Векторы распространения хитов массовой музыкальной культуры отражают доминирующие политические тенденции - расстановку сил на мировом рынке, поведение заказчиков и авторов произведений, целевые инвестиции культурного капитала в страны третьего мира. При этом социологическое осознание функций экспортируемой музыкальной продукции не входит в сферу внимания исследователей.

На рубеже XXI столетия все более очевидной становится проблема коммуникационных процессов в области музыкальных жанров для духовной жизни современного российского общества. В глобальном производстве значений для целевых социальных групп музыкальные феномены становятся важной составляющей маркетинговых и политических стратегий. Манипуляционные технологии в отношении массовой аудитории используют конструирование определенного звукового поля в качестве одного из базовых элементов. Результаты подобного воздействия наиболее остро проявляются в переходные для государства периоды; в России можно наблюдать резкий взрыв интереса к массовым видам музыкальных жанров на этапе перехода страны к рыночным отношениям, прежде всего среди молодежи. В 1990-е годы с развитием нового типа дискотечной культуры западного образца в российскую реальность приходят не только новые музыкальные жанры, но и процессы стиливой структуризации молодежных субкультур.

В этих условиях актуализируется необходимость всестороннего и глубокого изучения коммуникационных процессов массовой музыкальной культуры как важной проблемы социологической теории и социальной практики. Новые подходы к изучению природы и структуры коммуника-



ционных процессов позволят избежать множества негативных социальных последствий, помогут устранить фактор стихийности в выборе молодежью социальной стратегии.

Существующая ситуация в современном обществе требует изменения взглядов на коммуникационные особенности массовых музыкальных жанров. В фундаментальных и прикладных исследованиях преобладают разночтения в осознании их эстетической ценности и роли в духовной жизни общества, коммуникативных возможностей, ведущих к социальной дезинтеграции или сплоченности.

Всё это обуславливает необходимость всестороннего и глубокого изучения социокультурных источников возникновения и развития массовых музыкальных жанров, объяснения их коммуникативных особенностей. Гипотезы и закономерности, выдвинутые в работе, позволяют обосновать новые подходы к изучению различных групп слушательской аудитории массовых жанров. Теоретическое и эмпирическое осмысление коммуникационных процессов массовой музыкальной культуры выявляет все новые аспекты проблемы, требующие комплексного и адекватного анализа.

Степень научной разработанности проблемы характеризуется тем обстоятельством, что отдельные аспекты проблем коммуникации массовой музыкальной культуры являются предметом изучения ряда научных дисциплин, анализируются с точки зрения искусствоведения, социологии культуры и социологии искусства, социальной психологии, философии, социальной и культурной антропологии, а также в русле теорий массовой коммуникации. Разобщенность результатов, обусловленная спецификой научных подходов, не дает возможности сведения к единому знаменателю основных позиций исследований.

Значительная часть работ, сыгравших важную роль в создании теоретико-методологической базы данной проблемы, написана зарубежными авторами: М.Вебером, Э.Канетти, Г.Лебоном, Х.Ортега-и-Гассетом, С.Московичи, Г.Тардом, З.Фрейдом. Основное внимание в их работах было отведено проблемам генезиса массового сознания, вопросам соотношения индивидуального и массового, механизмам взаимодействия личности и толпы. Основоположителем социологии музыки Т. Адорно впервые была заявлена проблема взаимодействия социологического и музыкального аспекта.

Свой вклад в изучение данного явления внесли и российские авторы. Одно из направлений исследований (Ю. Давыдов, Л. Ионин, А. Михайлов) посвящено вопросам социологии искусства и социологии культуры, социального генезиса основных видов и форм искусства, вопросам слушательской типологии. Другое направление связано с более углубленной проработкой имманентных свойств массовых музыкальных жанров (В.Конен, Т.Чердниченко).

Зарубежная и отечественная мысль располагает значительным числом плодотворных идей в области разработки теоретических положений об общих проблемах коммуникации, связанных не только с именем Т.Адорно, но и с такими исследователями, как В.Асафьев, Е.Дуков, Г.Лассуэл, А.Молль, А.Серов, С.Шенон, В.Цуккерман, Б.Яворский; ее природе, закономерностях и частных явлениях (М. Арановский, Л. Мазель, В. Медушевский, Е. Назайкинский, В. Холопова).

Важная роль в теоретическом анализе социокультурных проблем массовой культуры принадлежит исследовательским работам российских и зарубежных авторов И.Андреева, Р.Гергеля, В.Крауса, В.Молчанова, В.Терина, М.Хевеши, которые видят проблему массовой культуры как глобальную проблему массового общества. В ряду рассматриваемых вопросов - методологические проблемы цивилизационного процесса, этапы формирования массового общества. Исследование социального поля жанров массовой культуры и отношений, связанных с участниками построения процессов музыкальной коммуникации, проводится в работах Г.Вильсона, П.Кулеша, Н.Саркипова, А.Согомонова, С.Фролова. На анализ семантики, источников и социальных последствий современной массовой музыкальной культуры оказали влияние концепция массовой коммуникации М.Назарова, постмодернистская парадигма Ж.Бодрийяра, А.Крокера, Д.Кука, М.Маклюэна, А.Пирколиса, мифологическая интерпретация В.Сырова и Н. Поправко. Для исследования элементов, входящих в структуру коммуникационных процессов массовой музыкальной культуры, важный ресурс представляют труды социологии культуры классиков и современных социологов П.Бурдьё, М.Вебера, Э.Дюркгейма, И.Земцовского, К.Манхейма, Г.Маркузе, Ф.Тенниса.

Актуализация явлений массовой культуры и формы репрезентации ее в современном обществе нашли свое отражение в работах В.Дмитриевского, Л.Коган, О.Притыкиной. Значительный интерес для нас представляют работы З.Казанджиевой-Велиновой, Н.Саркипова, А.Якупова, в которых проблема музыкальной коммуникации оказывается в фокусе междисциплинарного подхода.

Внимательное прочтение и тщательный обзор литературы по проблемам массовой культуры позволяют сделать вывод об отсутствии работ с углубленным изучением коммуникационных процессов звукового поля массовой культуры. Не существует также единого мнения относительно того, что же, собственно, представляет собой массовая музыкальная культура. Кроме того, до сих пор отсутствует социологический инструментарий для анализа взаимодействия участников процесса массовой коммуникации, в частности самой значительной их части - слушательской. Поэтому обозначенные направления исследования требуют специального социологического анализа.

Методологическую и теоретическую основу диссертации составляют фундаментальные теоретические положения М.Вебера (теория социального действия), Т.Адорно (о функциональных свойствах музыки), Г.Маркузе (теория индустриального общества). Метод научного объяснения диссертации находится в рамках проблемных теоретических положений психоаналитической (базирующейся на идее противопоставления сознательных и бессознательных процессов личности и толпы), интерпретативной парадигмы (теорий массовой коммуникации, символического интеракционизма, феноменологии) и критической парадигмы (базирующейся на идее социального неравенства, признающей необходимость преобразования общества). Обоснованные в диссертации положения опираются на исследования проблем массовой культуры, отражённые в классических работах Ж.Бодрийяра, П.Бурдьё, Г.Лебона, Э.Канетти, Х.Ортега-и-Гассета, З.Фрейда. Важными для анализа исследуемой проблемы оказались также теоретические представления М.Назарова («средства массовой коммуникации»), В.Сырова и Н.Поправко («генезис массового сознания»). На формирование методологической основы диссертационного исследования, разработку его стратегий оказали влияние труды В.Ярской по общей методологии исследований. В разработке методологии эмпирического исследования диссертант основывался на методологических принципах, раскрытых Т.Адорно, Ю.Давыдовым, Л.Иониным, В.Ядовым, Е.Ярской-Смирновой. Анализ музыкальных аспектов коммуникации проводился с опорой на подходы, разработанные И.Девятко, В.Конен, Т.Чередниченко, А.Акуповым.

Эмпирическую базу работы составили данные авторского исследования, проведенного в 2002 году методом анкетирования студентов и выпускников саратовских вузов. Выборка случайная, репрезентативная, совокупное число опрошенных 200 человек. Анализ эмпирических данных проводился с применением пакета программ SPSS. Кроме того, в исследовании проанализированы данные неформализованных интервью с бывшими участниками ансамбля политической песни, существовавшего в Саратове в 1980-е годы.

Достоверность и обоснованность результатов исследования определяется непротиворечивыми теоретическими положениями, комплексным использованием теоретических и эмпирических методов социологии, надёжностью данных авторского исследования.

Объектом исследования выступает массовая музыкальная культура в современном российском обществе, рассматриваемая как сложное, многогранное социальное явление.

Предметом являются особенности коммуникационных процессов в массовой музыкальной культуре, связанных с сегментом ее слушательской аудитории.

Основная гипотеза исследования. Массовая музыкальная культура представляет собой сложную систему взаимодействий различных ее элементов. Разнообразие музыкальных предпочтений слушательской аудитории массовых жанров, их способность к осознанию своего взаимодействия с музыкальной индустрией и независимость в выборе образцов во многом зависит от количества и качества каналов музыкальной коммуникации, доступности воспроизводящей аппаратуры, количества времени для слушания музыки. Чем выше показатель существующих ограничений к доступу высококачественных средств массовой коммуникации, к аппаратуре высокого качества, тем выше вероятность приблизиться к среднему значению, тем меньше разнообразие музыкальных предпочтений молодежи.

Целью диссертационного исследования является анализ сущности, предпосылок возникновения и распространения жанров массовой музыкальной культуры, раскрытие ее коммуникационной природы средствами социологического анализа. Поставленная цель предполагает решение следующих теоретических и эмпирических задач:

- провести анализ понятия современной массовой музыкальной культуры, его содержательных компонентов в русле генезиса массового сознания;
- установить основные источники возникновения и распространения массовых музыкальных жанров;
- проанализировать различные проявления массовой музыкальной культуры в рамках коммуникационной парадигмы;
- разработать и провести комплексное исследование методом анкетирования особенностей коммуникационных процессов современной массовой музыкальной культуры;
- провести на примере ансамбля политической песни сбор эмпирических данных по особенностям функционирования массовых музыкальных жанров в процессе неформализованного интервью.

Научные положения, выносимые на защиту:

1. Массовая музыкальная культура - это система устойчивых общественных связей, возникающих в результате функционирования определенных типов социальных сообщений, использующих в качестве базовых семиотических элементов звуковые и светозвуковые комплексы и популярные жанровые модели. Проявления массовой музыкальной культуры, потенциал которой постоянно возрастает благодаря быстрому развитию средств массовой коммуникации, в условиях глобального общества потребителей трансформировались в универсальное явление, обусловленное самими различными противоречиями в обществе.

2. Освоение массовой музыкальной культуры в XX столетии происходило параллельно развитию теории массового сознания. В соответствии с принципами распространения идеологии культурные практики, проникая в душу масс, нередко становятся догматом, суть которого может быть выра-

жена в именах исполнителей или названиях музыкальных групп, текстах песен или стабильных музыкальных оборотах.

3. Параллельно с эмансипацией музыки как отдельного вида искусства мы наблюдаем процесс обретения слушательской самостоятельности, дистанцированности слушателя от автора и исполнителя. Продюсер – один из ключевых элементов системы массовой музыкальной культуры – начинает и замыкает коммуникационную цепь, состоящую из продюсера, автора, исполнителя, слушателя (зрителя) и критика. В данную систему входят и составляющие, выполняющие связующую роль между элементами коммуникации. Среди них первое место принадлежит средствам массовой информации.

4. Конструирование по крайней мере пятиэлементных коммуникационных моделей должно быть соотнесено с типологией слушательского восприятия. Если совместить коммуникационную систему массовой музыкальной культуры с типами слушательского восприятия и при этом учитывать многообразие жанровых моделей, то это, на наш взгляд, могло бы стать системой координат для исследований и открыло бы новые пути социологического анализа.

5. В поведении акторов определенного звена цепи массовой музыкальной коммуникации наблюдается разная степень значимости норм поведения. Для круга исполнителей значимым может являться то, какие композиторы для них пишут песни, какие продюсеры их «продвигают». Для них на ранних этапах творческого пути действия носят ценностно-рациональный либо аффективный характер. Позднее, если исполнительская работа становится все более востребованной, она приобретает целерациональную направленность, желание устойчивого заработка начинает преобладать над иными типами социальных действий.

6. Система стилевых предпочтений студентов саратовских вузов выглядит следующим образом: на первом месте – русскоязычная поп-музыка, на втором – зарубежная поп-музыка, на третьем – русскоязычный рок. Трансляция стилевых форматов в средствах масс-медиа имеет для этой группы молодежи доминирующее влияние.

7. Распространение массовой музыкальной культуры влечёт за собой возникновение новых профессиональных групп, объединяющих усилия по расширению сферы их воздействия, появляются новые практики культурных инициатив, выступающие инструментом социально-политической консолидации молодежи. Развитие информационных технологий позволяет формировать социокультурную альтернативу доминирующим массовым жанрам.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующих позициях:

- по-новому проанализированы и обобщены подходы к семантике массовой культуры с позиций теории массового сознания;

- предложено авторское определение массовой музыкальной культуры;
- различные проявления массовой музыкальной культуры проанализированы в рамках коммуникационной парадигмы;
- с современных теоретических позиций социологии проведено исследование коммуникационных моделей массовой музыкальной культуры;
- получены новые данные о динамике распространения явлений массовой музыкальной культуры среди студентов;
- в работе впервые произведен анализ взаимодействия различных средств массовой коммуникации с другими видами получения культурной информации (концерты, ночные клубы, дискотеки);
- с использованием сочетания качественных и количественных стратегий исследования выявлены музыкальные приоритеты у студенческой молодежи;
- предложен новый эмпирический материал об особенностях функционирования массовых музыкальных жанров в виде неформализованного интервью на примере ансамбля политической песни.

Теоретическая и практическая значимость исследования. Результаты исследования имеют теоретическое и практическое значение для развития социологии культуры, социологии искусства, социологии музыки, культурологии, социологии молодежи, социологии массовой коммуникации. Выводы диссертации могут быть использованы при разработке исследовательских программ по изучению масс-медиа, потребительского рынка музыкальной продукции, для работы продюсерских центров. Материалы диссертационной работы окажутся полезными при создании образовательных программ для студентов, магистрантов, аспирантов социологических, искусствоведческих факультетов, студентов эстрадных отделений, факультетов повышения квалификации социологов, психологов, маркетологов и специалистов по PR-менеджменту. Полученные диссертантом результаты могут быть привлечены при чтении специализированных курсов по проблемам современной массовой культуры.

Апробация работы. Основные положения и выводы, изложенные в диссертации, были представлены на методологических семинарах по социологии, заседаниях кафедры социальной антропологии и социальной работы СГТУ, на международных, российских и межвузовских научных конференциях (1996 - 2003): Человек в социокультурной системе (Саратов, 1996), Перспективы социальной эволюции современного общества (Саратов, 2000), Тендер, власть, культура: социально-антропологический подход (Саратов, 2000); Современные проблемы этничности (Саратов, 2000); Музей в системе непрерывного образования (Саратов, 2001), Проблемы нормы и патологии: современные дискурсивные практики (Саратов, 2002); Основы профессиональной подготовки студентов художественных специальностей (Саратов, 2002), Тенденции развития региональных систем общего и профессионального музыкального образования (Саранск, 2003),

Образование для всех: пути интеграции (Саратов, 2003), X Социологические Чтения (Москва, 2003), Современные проблемы подготовки специалистов по социальной работе и социальной педагогике (Екатеринбург, 2003), Профессионализация социальной работы: образование для практики (Саратов, 2003), Втором Всероссийском социологическом конгрессе (Москва, 2003).

Публикации. По материалам диссертации опубликованы 9 печатных работ общим объёмом 2,63 п.л.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав (четырёх параграфов), заключения, списка использованной литературы и трех приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, анализируется степень её разработанности в современной социальной науке, определяются объект, предмет, цели, задачи, достоверность и обоснованность, теоретическая и методологическая основа диссертации, раскрывается её научная новизна, излагаются положения, выносимые на защиту, теоретическая и практическая значимость исследования.

Первая глава **«Массовая музыкальная культура как объект социологического исследования»** посвящена анализу понятия массовой культуры современной эпохи, возникновения массовых музыкальных жанров и исследованию подходов и моделей их объяснения с различных теоретических позиций. В первом параграфе **«Массовая музыкальная культура в русле теорий массового сознания»** диссертант раскрывает содержание понятия «массовость», обретающее в настоящее время новые значения и смысловые элементы. В центре нашего исследования - мотивы, необходимые для возникновения организованных масс, групп поклонников вокруг того или иного явления музыкальной культуры. Автор вслед за Г.Тардом и Г.Лебоном отмечает, что образование толпы сосредоточено на стирании индивидуального, интеллектуального, на непосредственности реакций толпы. Первоначально масса осознается как толпа, а толпа понимается как прорыв иррационального, то есть чистого влечения. В условиях глобализации современного мира алгоритм распространения идей приобретает особое значение.

Вслед за З.Фрейдом, С.Райхом, Х.Ортегой-и-Гассетом автор исследует такие понятия, как масса и толпа, психологическая и религиозная масса, массовый человек и массовое сознание. В центре внимания диссертанта также особая роль лидеров и вождей, способных приобретать в различном временном контексте специфические функции. При анализе иррациональной сущности многих сторон поведения масс становится ясным, что вождь выступает как воплощение основной идеи толпы, олицетворением возможности решения ее основных проблем. Автор солидаризируется с Э.Канетти в том, что в символическом акте разрушения иерархии, где сти-

раются какие-либо обусловленные внешне должностные, социальные, имущественные и другие различия, осуществляется разрядка, необходимость в которой в переходные периоды (социальный - для общества, возрастной — для индивида) значительно возрастает. Отказавшись от связи с традиционными религиями после Французской революции, массы все более предстают в чистом, биологическом виде, используя любой повод для проявления страстных переживаний, демонстрации животной силы. Одним из таких социальных поводов второй половины XX века стали массовые действия, группирующиеся вокруг какого-либо музыкального события. В течение многих столетий совершаются эти символические акты разрушения, но сегодня они происходят с совершенно иными социальными и политическими последствиями.

На исходе XX столетия массовость стала трактоваться не как маргинальный сегмент социальной жизни, а как принцип функционирования современного общества в целом, что появлялось в формировании одинаковых стандартов поведения, потребления. У представителей Франкфуртской школы массовость признается существующим порядком, притягивающим на тотальность как захваченность одной структурой в отсутствие перспектив. Поэтому о массовом разговор ведется уже в контексте анализа специфичности норм, образцов, стандартов, регулирующих поведение. Массовое сознание из неразвитого, поверхностного становится ложным сознанием, или сознанием, которое не знает об истинном и не желает знать. В таком ракурсе массовое сознание следует характеризовать как мифологическое, а мифологию трактовать не как сферу фантазии, а как символическую систему. Автор вслед за В.Сыровым и Н.Поправко утверждает, что именно миф становится принципом, организующим массовое сознание.

Во втором параграфе **«Социологическая концептуализация массовой музыкальной культуры»** автор обобщает и систематизирует причины возникновения и распространения массовых музыкальных жанров, выявляются черты общего и различного в таких понятиях как «высокие» и «низкие» жанры, контркультура и масс-культура. Для понимания сущности явлений массовой культуры диссертант привлекает рассмотрение категорий «третий пласт», «легкая музыка». Автор в данном параграфе приходит к утверждению, что теория массовой музыкальной культуры, как и теория массового сознания, принципиально должна избегать описания в терминах «высшее» - «низшее», «элитарное» - «массовое»; речь идет лишь о принципиально разных способах освоения мира - то есть о практиках его переописания. Вслед за Т.Чередниченко диссертант констатирует, что разновидность современной массовой культуры, именуемая поп-культурой, находится в авангарде коммерческого мифа о «новом», который действует сейчас во всех опосредованных массовыми коммуникациями областях культуры. Основываясь на воззрениях Л.Ионина, Ю.Давыдова, О.Карпухина, Э.Макаревича, Б.Розенберга, Д.Уайта, Э.Шиллса, обобщая

наиболее существенные признаки и характеристики современного массового общества, автор приходит к выводу, что массовая музыкальная культура - это система устойчивых общественных связей, возникающих в результате функционирования определенных типов социальных сообщений, использующих в качестве базовых лингвистических элементов звуковые (светозвуковые) комплексы и популярные жанровые модели. Предложенное авторское определение понятия массовой музыкальной культуры не претендует на универсальность и соответствует авторскому комплексному осмыслению многогранных аспектов данного феномена. Диссертант констатирует, что несмотря на сопоставимость таких феноменов как легкая музыка, массовая музыка, поп-культура, контркультура, индустрия развлечений, теоретически и практически важно четко отличать массовую музыкальную культуру от сопредельных с ней в определённых чертах явлений.

Исследуя предпосылки возникновения современных массовых жанров, автор отмечает, что постмодернистский поворот к публике и ее вкусам - внутренне противоречивый процесс, свидетельствующий, с одной стороны, о демократизации культурной жизни, а с другой - о тех угрозах, которые возникают для искусства в условиях культурного менеджмента и маркетинга, нивелирующих специфику эстетического и художественного. Поскольку эстетика постмодернизма отмечена повышенным вниманием к проблемам воздействия на публику, формирования массовых эстетических вкусов, автор различает «утопический постмодернизм» теоретического плана (постфрейдизм, постструктурализм, деконструктивизм, феминизм, экологизм) и «коммерческий постмодернизм», связанный с конкретными исследованиями массовой культуры и средств массовых коммуникаций такими учеными, как Ж.Бодрийяр, М.Маклюэн, А.Крокер, Д.Кук, А.Пирколиса.

Основываясь на теоретических положениях об общих проблемах коммуникации, связанных с именами Т.Адорно, В.Асафьева, Г.Лассуэла, А.Моля, К.Шенона, Б. Яворского, ее природе, закономерностях и частных явлениях, отраженных в работах М.Арановского, Л. Мазеля, Е.Назайкинского, В.Медушевского, В.Холоповой, Т.Чередниченко, А.Якупова, диссертант предложил пятиэлементную коммуникационную модель массовой музыкальной культуры, состоящую из продюсера, автора, исполнителя, слушателя (зрителя) и критика. Отмечая условность данной модели, автор указывает на существование ряда промежуточных звеньев, наиболее важное место из которых занимают средства массовой коммуникации, ставшие одним из важнейших институтов массовой культуры.

Вторая глава **«Социальный смысл коммуникационных процессов массовой музыкальной культуры»** представляет программу эмпирического исследования и раскрывает особенности взаимодействия между основными участниками процесса коммуникации массовой музыкальной культуры. Наибольшее внимание при этом уделено самой многочисленной

составляющей коммуникационной системы массовых музыкальных жанров - слушательской аудитории. Значимыми для диссертационного исследования являются концепции М.Вебера о категории социального действия, М.Назарова о типологии коммуникационных моделей, Ю.Давыдова и Т.Адорно о типах слушательского восприятия.

В третьем параграфе «**Массовая музыкальная культура в рамках коммуникационной парадигмы**» автор анализирует современные коммуникационные теории с целью выявления сущности коммуникационной природы массовых жанров. Отталкиваясь от определений Г. и А. Теодорсонов, Дж. Б.Томпсона, диссертант солидаризируется с позицией М.Назарова о том, что коммуникация ведет равный обмен информацией между двумя равными субъектами (а не между неравными объектами).

Рассматривая трансмиссионные модели Шеннона-Уинвера и Г.Лассуэла и символические модели массовой коммуникации Т.Ньюкомба и В.МакКлина, автор приходит к выводу о сочетании этих двух типов моделей в современных массовых музыкальных жанрах. И наиболее очевидным этот факт становится в связи с анализом слушательской аудитории массовых жанров. Типология слушательского восприятия была представлена в трудах Ю.Давыдова и Т.Адорно в 1960-е годы. При всей глубине, как в отечественной, так и зарубежной традиции, данные виды слушательской аудитории выглядят в настоящее время неполными, прежде всего в связи с расширением арсенала музыкальных, не только массовых жанров.

Анализируя действия участников процесса массовой музыкальной коммуникации, выясняется, что не все его участники демонстрируют социальные действия. Автор интерпретирует смысловые связи в поведении участников массовой музыкальной коммуникации, основываясь как на явной, так и скрытой мотивации их поведения. Отталкиваясь от теории социального действия М.Вебера, диссертант отмечает факты рационально спланированного (целерационального) и стихийного характера, что позволяет сделать предположение о том, что в процессах массовой музыкальной коммуникации действуют рациональные и иррациональные силы. При этом одной из форм идентичности, по мнению Ю.Давыдова, в новом экономическом сообществе (в ситуации «нового русского капитализма») становятся «престижные связи».

В четвертом параграфе «**Социокультурная характеристика аудитории массовых музыкальных жанров**» содержится авторская интерпретация результатов исследования, нацеленного на выявление сущности коммуникационных процессов в массовой музыкальной культуре. Акцент при этом сделан на соотносительности слушательских характеристик с другими элементами коммуникационной цепи: авторами, исполнителями, критиками и продюсерами.

Диссертантом раскрываются результаты эмпирического исследования, посвященного анализу современной слушательской аудитории массо-

вых музыкальных жанров, проведенного в октябре 2002 года среди студентов саратовских вузов. Анализ открытых вопросов совмещал элементы количественного (с применением пакета программ SPSS) и качественного подходов (первый этап анализа проводился вручную). Особенностью исследования, отмечает автор, было взаимодействие обоих методов - мультиметодность, открывающая путь более богатой и точной интерпретации, улучшающая понимание благодаря добавлению новых пластов информации и использованию одного типа данных для обоснования или уточнения данных другого типа (С. Рейнхарц).

Сопоставляя ответы всех шести групп анкетного опроса, автор приходит к ряду выводов о состоянии коммуникационных процессов современной массовой музыкальной культуры. Большинство студентов считают, что постоянно соприкасаются с музыкой, слушают ее практически всегда. Для студентов наличие каких-либо музыкальных архивов является абсолютно естественным, на момент опроса наиболее предпочитаемой формой хранения музыки являлись компактные аудиокассеты. Из активных источников музыкальной информации являются радиотрансляции, немного отстают от них телевизионные каналы.

Диссертант отмечает, что среди стилевых предпочтений студентов первое место принадлежит русскоязычной поп-музыке, второе - зарубежной поп-музыке, третье - русскоязычному року, что соответствует указанным формам трансляции форматов в средствах масс-медиа и позволяет сделать вывод об их доминирующем влиянии. Основной секрет успеха в производстве песенных хитов студенты видят в подборе хорошего текста, продюсера и исполнителя, что корреспондирует с их стилевыми предпочтениями (в отношении русскоязычной рок- и поп-музыки). Несмотря на обнаруженные пробелы в осведомленности о процессах, происходящих в современной академической музыке, знании музыкальных критиков и журналистов, студенты, участвующие в опросе, проявили активную позицию в отношении анализа ситуации как в массовой культуре, так и в сфере серьезной музыки. При этом менее одной десятой от общего количества опрошенных можно отнести к активной слушательской аудитории.

В результате анализа слушательской аудитории массовых жанров, автор приходит к выводу, что основной поток стилевых предпочтений студентов задается средствами масс-медиа, в то время как отсутствует «обратная связь», позволяющая замкнуть кольцо коммуникационной системы массовых жанров. Это подтверждается тем, что большая часть опрошенных посещает различные концертные мероприятия не чаще 1 раза в полгода, 1 раз в 3 месяца приобретает новые записи в личное пользование, однако много времени уделяет прослушиванию музыки по каналам электронных СМИ.

Таким образом, автор констатирует удивительное взаимопроникновение и прямую взаимозависимость средств передачи музыкальной инфор-

мации с самими «текстами» сообщений, которые подразумевают массовые жанры. Сходные тенденции отмечались М.Маклюэном в связи с распространением телекоммуникационных систем, в частности телевидения.

В эмпирическом исследовании автор попытался также выяснить, как функционируют процессы коммуникации внутри музыкально-идеологического сообщества - ансамбля политической песни, существовавшего в Саратове в 1980-е годы. В основе исследования - неформализованные интервью с представителями общественности, которые различны по профессиональной принадлежности, но объединены единым типом социальной, политической и культурной деятельности - участием в ансамбле политической песни. Среди информантов были представители творческих и ряда других профессий. Форма интервью ограничивалась только списком вопросов, форма ответов респондентов не регламентировалась, ответы были анонимными, но с указанием пола, возраста, политических убеждений и культурных предпочтений.

В заключении автором представлены выводы, сформулированные в ходе исследования, определены перспективные направления социологического анализа проблематики массовой коммуникации, тенденции развития массовых жанров в глобальном сообществе. В приложениях представлены анкета социологического опроса, таблицы простых процентных распределений по всем закрытым вопросам, а также приведены примеры ответов на открытые вопросы анкеты; приведен гид интервью с участниками ансамбля политической песни.

Основные положения работы отражены в публикациях автора:

1. Сергеева И.В. Принципы конструирования процессов массовой музыкальной коммуникации // Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы: Тезисы докладов и выступлений на II Всероссийском социологическом конгрессе. В 3 т. Т. 2. М.: Альфа-М, 2003. С. 69-70 (0,1 п.л.)
2. Сергеева И. В. Арт-практика как форма работы со студентами // Современные проблемы подготовки специалистов по социальной работе и социальной педагогике: Материалы Третьей Международной научно-практической конференции. Вып.2 / Под ред. К.В.Кузьмина. Екатеринбург: Рос. гос. проф.-пед. ун-т, 2003. С. 103-108 (0,3 п.л.).
3. Сергеева И.В. Драматические формы в образовании // Образование для всех: пути интеграции: Сборник научных статей / Под ред. И.И.Лошаковой, Саратов: Сарат. гос. техн. ун-т, 2003. С. 191-199 (0,5 п.л.)
4. Сергеева И.В. Нормы и эталоны в музыкальной культуре // Основы профессиональной подготовки студентов художественных специальностей: Межвузовский сборник научных трудов / Под ред. В.А.Ищенко. Саратов: Научная книга, 2003. С. 13-17 (0,31 п.л.)

5. Сергеева И.В. К изучению массовой музыкальной культуры: «высокие» и «низкие» жанры // Тенденции развития региональных систем общего и профессионального музыкального образования: Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции / Под ред. И.С.Кобозевой. Саранск: Мордовск. гос. пед. ин-т им. М.Е.Евсевьева, 2003. С. 148-154. (0,37 п.л.)
6. Сергеева И.В. Об основных принципах лектория «Музыкальное приношение» в детской эстетической студии при Саратовском областном музее краеведения // Музейная педагогика: Музей в системе непрерывного образования: Межвузовский сборник научных трудов / Под ред. А.А.Демченко. Вып. IV. Саратов: Пед. ин-т Саратов. ун-та, 2001. С. 107-112 (0,37 п.л.)
7. Сергеева И.В. К проблеме этнической идентичности представителей творческой интеллигенции // Современные проблемы этничности: Сборник научных статей / Под ред. П.В.Романова. Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2001. С. 192-198 (0,37 п.л.)
8. Сергеева И.В. Политическая песня как социокультурный феномен // Перспективы социальной эволюции современного общества: Межвузовский научный сборник / Под ред. А.С.Боршова / Саратов. гос. техн. ун-т. Саратов, 2001. С. 188-191 (0,25 п.л.)
9. Каменская (Сергеева) И.В. Мировоззрение Г. Малера в социокультурном контексте эпохи // Человек в социокультурной системе: Сборник докладов и выступлений на Республиканской научной конференции. Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 1996. С. 16 (0,06 п.л.)

Лицензия ИД № 06268 от 14.11.01

Подписано в печать 19.05.04 Ф о р м а т 60x84 1/16

Бум. тип.	Усл. печ.л.	0,93(1,0)	Уч.-изд.л.	0,9
Тираж 100 экз.	Заказ 228		Бесплатно	

Саратовский государственный технический университет
410054 г. Саратов, ул. Политехническая, 77

Копипринтер СГТУ, 410054 г. Саратов, ул. Политехническая, 77