

УДК 316.77

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ДИСКУРСА МУЗЫКИ**

**Мудрян Наталья Сергеевна** – аспирантка социологического факультета Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина

*Статья посвящена анализу особенностей социологического исследования дискурса музыки. Рассматриваются теоретико-методологические подходы к пониманию дискурса музыки как коммуникативного действия (где дискурс выступает как носитель смыслов, ценностей, идей) и как способа властвования при помощи знаковых систем. Особое внимание уделяется исследованию латентной направленности социальных смыслов в текстах дискурса музыки. Подчеркивается, что исследование дискурса музыки создаёт новые возможности в изучении коммуникативных процессов массовой музыкальной культуры.*

**Ключевые слова:** дискурс музыки, коммуникативное действие, способ властвования.

*Стаття присвячена аналізу особливостей соціологічного дослідження дискурсу музики. Розглядаються теоретико-методологічні підходи до розуміння дискурсу музики як комунікативної дії (де дискурс виступає як носій змістів, цінностей, ідей) і як способу володарювання за допомогою знакових систем. Особлива увага приділяється дослідженню латентної спрямованості соціальних сенсів у текстах дискурсу музики. Підкреслюється, що дослідження дискурсу музики створює нові можливості у вивченні комунікативних процесів масової музичної культури.*

**Ключові слова:** дискурс музики, комунікативна дія, способ володарювання.

*The article deals with the peculiarities of the social study of the discourse of music. The theoretical and methodological approaches to understanding the discourse of music are considered in two aspects: like the communicative action where the discourse is defined by the source of meanings, values, ideas; like the way of power due to sign systems. Particular attention is given to the study of latent orientation of social senses in texts of the discourse of music. The author supposes that the discourse of music creates new possibilities in the study of communicative processes of the mass musical culture.*

**Key words:** discourse of music, communicative action, way of power.

Тексты массовой музыкальной культуры благодаря своей многозначности порождают различное прочтение и понимание музыкальных произведений аудиторией, поэтому необходим такой подход к изучению текстов, который позволил бы выявить латентную направленность их социальных смыслов. Так, критикуя односторонний музыковедческий подход американских аналитиков к анализу музыкальных произведений (анализу внутренних тональных отношений песни), который игнорирует рассмотрение музыки в социальном контексте, Р. Мидлетон настаивает на междисциплинарном подходе в изучении популярных песен, который включает в себя музыкально-аналитическую работу, социологические исследования и политическую критику: "Музыкальный смысл не может быть отделен от дискурсивных, социальных и институциональных рамок, которые окружают, регулируют и производят его" [1, с. 9].

**Цель данной статьи** – рассмотреть теоретико-методологические основания социологического исследования дискурса музыки.

Дискурсивный подход создаёт новые возможности в исследовании коммуникативных процессов массовой музыкальной культуры. Он позволяет изучать условия производства и особенности восприятия текста аудиторией, а также его направленность. Под дискурсом в данном контексте следует понимать совокупность объединённых общей темой высказываний и экстралингвистических факторов (прагматических, социокультурных, психологических).

В свою очередь, дискурс музыки представляет собой динамический процесс порождения и восприятия музыкально-речевого произведения [2] и как смысловая составляющая музыки, включает в себя: процесс создания текста вокальных произведений; сам текст; возможные его интерпретации; восприятие текста, значение и роль его в культуре [3].

Нами дискурс музыки будет рассматриваться в двух аспектах: как коммуникативное действие, где дискурс выступает как носитель смыслов, ценностей, идей, образов, мнений; и как способ властвования, что позволяет конструировать образы социальной реальности, производить идеологии, мифы, идентичности.

Для изучения коммуникативных аспектов функционирования дискурса применяется "ситуационная модель" Т.А. ван Дейка, сочетающая принципы анализа социальных категорий, определяющих наши представления и поступки в социальном контексте с личностным знанием субъекта (оценки, мнения, установки). Ситуативная интерпретация дискурса - это учет социально, психологически и культурно значимых условий и обстоятельств общения. Мы понимаем текст только тогда, когда понятна ситуация, о которой идет речь [4].

Музыкально-коммуникативная ситуация играет роль в порождении и интерпретации дискурса и включает в себя характеристики участников музыкальной коммуникации (исполнитель, слушатель), их интенции, цели, мотивы, линии коммуникации (отношения участников), условия и обстановку, в которой происходит музыкальное общение.

В основе ситуационной модели Т.А. ван Дейка лежит личностное знание носителя языка, аккумулирующее предыдущий индивидуальный опыт, установки, намерения, чувства и эмоции. Согласно Н. Фэркло, знание является основой множества семантических и прагматических особенностей дискурса, что позволяет адресанту знать известные реципиенту ментальные схемы, а последнему – понять имплицитное в тексте [5, с. 226]. Ментальные схемы (фрейм, сценарий, скрипт) – иерархически организованные структуры данных, аккумулирующие знания об определённых стереотипных ситуациях и позволяющие реципиенту ориентироваться в ситуации и событиях, а также их интерпретировать [6]. Совокупность социокультурных знаний организована в когнитивный стиль личности, который представляет собой "стабильные индивидуально-своеобразные способы приёма и переработки информации" [7]. Так, выступая стратегией обработки и оценки информации, когнитивный стиль личности позволяет адресату иметь представление о том, какой смысл несет текст.

Контекст дискурса музыки также расширяет его смысловое поле. Например, рассмотрение текстов дискурса музыки в контексте потребительской культуры позволяет предположить, что может быть сказано в тексте, кем и в какой ситуации. По мнению Ф. Тагга, "нет музыкального дискурс-анализа, который может считаться полным без учета социальных, психологических, визуальных, жестовых, ритуальных, технических, исторических, экономических и языковых аспектов" [8, с.74]. Как утверждает Р. Водак "дискурсы (любого вида и формы) могут быть выявлены, описаны и поняты лишь в контексте" [9, с.76]. В теории критического дискурс-анализа контекст понимается как четырёхуровневое образование, состоящее из: языкового контекста; интертекстуальных связей между высказываниями, различными жанрами, текстами и типами дискурса; экстралингвистического контекста ситуации; 4) широкого социополитического и исторического контекста [6].

Анализ текстов песен неразрывно связан с изучением их контекстов, которые помогают декодировать находящиеся в них социальные смыслы. Для этого мы рассмотрим взаимосвязанные контексты, предложенные Ю.С. Дружким: культура, социум и личность. Первый контекст связан с текстами культуры, несущими в себе определенное культурное содержание (ценности, нормы, картины мира). Второй - включает в себя процессы группообразования, системы ролей, способы социального поведения и взаимодействия, отношения между группами. Третий - определяется типами личности и различными переживаемыми состояниями [10]. Песни любого музыкального направления соприкасаются со всеми этими контекстами, так как включают в себя ценности, формы и правила взаимодействия фанов, личные эмоциональные переживания и стили поведения индивидов. Следовательно, вышеуказанные контексты связывают дискурс музыки с тремя областями социальной жизни и помогают ему формировать представления о мире, социальных отношениях и личной индивидуальности.

Дискурс всегда связан с определённым коммуникативным событием, то есть с отдельным случаем, где он собственно и разворачивается. Музыкально-коммуникативное событие является основной структурной единицей музыкальной коммуникации [11]. Коммуникативное событие является условием порождения дискурса и рассматривается Т.А. ван Дейком как сложное единство языковой формы, значения и действия [12, с. 46]. Так, музыкально-коммуникативным событием, представляющим собой законченное целое со своей формой, структурой, границами, могут выступать: концерт, CD-диск, музыкальное произведение, видеоклип.

Адаптируя трёхмерную модель Н. Фэркло к исследованию музыкально-коммуникативного события, выделим его следующие три измерения: текст песни (слова, мелодия, визуальное изображение); дискурсивная практика (производство и восприятие текста); социальная практика (обеспечивает контекст дискурсу музыки). В одном коммуникативном событии, согласно Н. Фэркло, могут артикулировать различные дискурсы (интердискурсивность), которые основываются на ранее существующих текстах (интертекстуальность) [13]. Это позволяет порождать различные значения в текстах и пути их чтения аудиторией. Дискурсы реализуются с помощью различных текстов, которые приобретают смысл в процессе взаимодействия с другими текстами, дискурсами, способами их производства и потребления. Анализ дискурсивных практик сосредоточен на условиях и способах создания текстов, а также на особенностях восприятия и интерпретации их аудиторией. Анализ взаимоотношений между дискурсивной практикой и более широкой социальной практикой даёт возможность увидеть социальные и идеологические последствия дискурсивной практики.

Популярные тексты медиакультуры (имидж, MTV, музыка), согласно Д. Келлнеру, формулируют конкретные идеологические позиции и помогают воспроизвести доминирующие формы социальной власти [14], с этой точки зрения дискурс музыки рассматривается как способ властвования. Дж. Фиске утверждает, что дискурс – это идеологически окрашенная социальная система репрезентации (термины, понятия, законы), специально организованная, чтобы производить и обмениваться значениями на определенную тему. Схематически дискурс выражается суммой следующих компонентов: предмет обсуждения + социальная ситуация + идеология [15]. Изучая роль масс-медиа в современном обществе, Д. Крото и У. Хойнс пришли к выводу, что заметное проявление идеологии наблюдается в трёх областях массовой коммуникации. Наряду с программами новостей и кинопродуктами, исследователи выделяют популярную музыку, неразрывно связанную с телеиндустрией (MTV) [16].

Популярная музыка создаёт свой дискурс потребительской идеологии, который является способом ценностной идентификации слушателей с музыкальным направлением и с исполнителем. Согласно Ж. Бодрийяру, "потребление - ...это виртуальная целостность всех вещей и сообщений, составляющих отныне более или менее связный дискурс" [17, с. 213]. Социолог рассматривает дискурс как власть социальных знаковых форм, включая мир вещей вместе с их заменителями – симулякрами. Вещи являются дискурсами, поскольку они говорят о социальном статусе их обладателя, свидетельствуют об его вкусах и стиле.

Потребление представляет собой процесс выбора товаров, позволяющий слушателю создавать собственную идентичность и реализовывать потребность в групповой принадлежности к определённым музыкальным течениям. По мнению Э. Лакло и Ш. Муфф, индивиды приобретают свою идентичность в дискурсивных практиках, посредством которых производится когнитивное конструирование всей социальной реальности [13]. Музыкальные субкультуры выступают фактором внутригрупповой консолидации молодёжи, С. Фрит первым обратил внимание на то, что под влиянием рок- и поп-музыки формируются противоположные субкультурные образования. Поиск своего "Я", стремление к свободе самовыражения в рок-музыке приводит к конфликтному существованию в стандартизированном обществе потребления и способствует появлению альтернативных культурных образцов. Главным в поп-музыке выступает мода на определённые музыкальные стили, изменчивость и массовость [18]. Субкультурные образования существуют благодаря влиянию массовой музыкальной культуры и описание их типологических признаков проводится, согласно Е.Б. Борисовой, по следующим показателям: музыкальные предпочтения, выбор жизненного стиля, принцип внутригрупповой сплочённости, выбор канала коммуникации, половозрастной признак [19].

Помимо идеологии миф выступает наиболее распространённым дискурсивным способом властвования. "Миф – это яркая и подлинная действительность... обладающая своей собственной истинностью, достоверностью, закономерностью и структурой и в то же время содержащая в себе возможность отрешённости от нормального хода событий" [20, с. 152]. Мифологичность в современном мире характеризуется следующими параметрами: неповторяемостью (миф имеет иное пространство и время, заранее заданную истинность); узнаваемостью (реализация уже известной информации, модели, под которую подгоняется действительность) [21, с. 349]. Мифологический текст, где основная составляющая "необыкновенное", А. Пятигорский рассматривает в трёх аспектах: 1. типологический ("необыкновенное" в личности и её поведении); 2. топологический ("необыкновенное" событие и действие); 3. модальный (специфические модели человеческого поведения, событий) [22].

По мнению Э. Кассирера, миф имеет символическую власть так же, как и искусство, поэтому возникает теоретическое основание для признания властной роли популярной культуры [23], в том числе и популярной музыки. В связи с этим рассмотрим следующие планы дискурса, выделенные О.Ф. Русаковой и А.Е. Спасским: 1) *интенциональный* план (властные интенции, стратегии, замыслы); 2) *актуальный* план или *перформанс* (реализация властных интенций в живой деятельности, имеющей знаково-символический характер); 3) *виртуальный* план (план распознавания и понимания смыслов, ценностей, идентичностей, репертуар интерпретаций); 4) *контекстуальный* план (расширение смыслового поля на основе социокультурных, исторических и иных контекстов); 5) *психологический* план (эмоциональный энергетический заряд, содержащийся в дискурсе и придающий дискурсу суггестивную силу); 6) *"осадочный"* план (запечатление всех вышеназванных планов в виде документов, литературных, художественных, архитектурных и иных памятников культуры) [24].

Дискурс музыки как способ властвования представляет собой коммуникативный капитал, так как является искусством властвования при помощи знаковых систем, благодаря чему происходит установление коммуникации между адресантом и адресатом. Указанный способ властвования О.Ф. Русакова и А.Е. Спасский обозначают понятием "дискурсивное искусство", включающее символический и социальный капитал, то есть капитал, который функционирует в пространстве производства, обмена и потребления

символических ценностей (знаки отличия, мифологема, идеологема, идентичность, имидж) и социальных ценностей (доверие, толерантность, репутация) [24]. Следовательно, адресант обладает коммуникативной властью, которая позволяет ему задавать направление социального взаимодействия.

Таким образом, дискурс музыки представляет собой совокупность высказываний, тематически сгруппированных вокруг музыкальных продуктов. Нами была предпринята попытка теоретико-методологического осмысления дискурса музыки с социологической точки зрения как способа общения, конструирования и понимания социальной реальности. Так, дискурс музыки позволяет выделить содержательные особенности музыкальной коммуникации, которые обусловлены социальным контекстом на фоне властных отношений адресанта и адресата.

**Литература:**

1. Middleton R. Reading Pop: Approaches to Textual Analysis in Popular Music / Richard Middleton. - Oxford: Oxford University Press, 2000. – 388 p.
2. Черемисин А.М. Музыкально-коммуникативное событие: факторы формирования музыкального дискурса : автореф. дисс. на получение наук, степени канд. филос. наук : спец. 24.00.01 [Электронный ресурс] / А.М. Черемисин. - Тамбов, 2004. – Режим доступа: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/127776.html>. - Название с экрана.
3. Жукова Г.К. Музыкальный смысл: язык, речь, мышление, дискурс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [ftp://lib.herzen.spb.ru/text/zjukova\\_120\\_96\\_102.pdf](ftp://lib.herzen.spb.ru/text/zjukova_120_96_102.pdf). - Название с экрана.
4. Шевченко О.А. Когнитивная модель дискурса интервью (на материале современной англоязычной прессы) : автореф. дисс. на получение наук, степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 / О.А. Шевченко. - Тольятти, 2006. – 20 с.
5. Fairclough N. Language and Power / Norman Fairclough. - London: Longman. 1989. – 259 p.
6. Олешков М.Ю. Основы функциональной лингвистики: дискурсивный аспект : Учеб. пособие студентов фак. рус. яз. и лит. / Михаил Юрьевич Олешков. – Нижний Тагил: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, 2006.–146 с.
7. Шкуратова И.П. Когнитивные стили как регуляторы мировосприятия личности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://irshkuratova.ru/files/pl017.pdf>. - Название с экрана.
8. Tagg F. Analysing Popular Music: Theory, Method, and Practice / Philip Tagg. - Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2003. - 279 p.
9. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Рут Водак; пер. с англ. и нем. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.
10. Дружкин Ю.С. Песня как объект исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.sias.ru/music/druzhkin\\_pesnya.shtml](http://www.sias.ru/music/druzhkin_pesnya.shtml). - Название с экрана.
11. Черемисин А.М. Музыкально-коммуникативное событие: сущность и структура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.analiculturolog.ru/component/k2/item/288-article\\_49.html](http://www.analiculturolog.ru/component/k2/item/288-article_49.html). - Название с экрана.
12. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Тойн А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 307 с.
13. Филлипс Л.Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод / Луиза Дж. Филлипс, Марианне В. Йоргенсен; пер. с англ. - Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2004. - 336 с.
14. Kellner D. Media culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern / Douglas Kellner.- London&New York: Taylor & Francis Group, 2001. – 358 p.
15. Fiske J. Television Culture / John Fiske. – L.; N.Y.: Methuen & Co Ltd, 1987. – 355 p.
16. Крото Д., Хойнс У. Медиа и идеология / Дэвид Крото, Уильям Хойнс // Контексты современности - II: Хрестоматия. - 2-е изд., перераб. и доп. / Сост. и ред. С.А.Ерофеев. - Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2001. – С. 99-107.
17. Бодрийяр Ж. Система вещей / Жан Бодрийяр; пер. с фр. С.Н. Зенкина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yanko.lib.ru/books/philosoph/ baudrillard-le-systeme-des-objets.htm>. - Название с экрана.
18. Frith S. Sound effects: Youth, leisure and politics of rock / Simon Frith. – L.: Constable, 1983. – 294 p.
19. Борисова Е.Б. Массовая музыкальная культура как фактор образования молодёжных субкультур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nmnby.org/pub/0705/16m.html>. - Название с экрана.
20. Ионин Л.Г. Социология культуры: учебное пособие для вузов / Л.Г. Ионин. – 4-е изд., переработ. и допол. – М.: ГУВШЭ, 2004. – 480 с.
21. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Георгий Георгиевич Почепцов. - М.: "Рефл-бук", К.: "Ваклер", 2001. — 656 с.
22. Пятигорский А. Мифологические размышления. Лекции по феноменологии мифа / А. Пятигорский. - М.: Языки русской культуры, 1996. – 280 с.
23. Ризл М. Культурная теория и её отношение к зрелищам популярной культуры и медиа / Майкл Ризл // Контексты современности - II: Хрестоматия. - 2-е изд., перераб. и доп. / Сост. и ред. С.А.Ерофеев. - Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2001. – С. 128-133.
24. Русакова О.Ф., Спасский А.Е. Дискурс как властный ресурс / Ольга Фредовна Русакова, Александр Евгеньевич Спасский // Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://discourse-pm.ur.ru/avtor6/std.php>. - Название с экрана.