



Н. Ю. КИРЕЕВА

Саратовская государственная консерватория (академия)

им. Л. В. Собинова



УДК 78.01

ТЕАТРАЛИЗОВАННЫЕ ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ МУЗЫКАЛЬНОГО МАТЕРИАЛА: КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ

Специфика музыкального искусства состоит в том, что созданное композитором музыкальное произведение включается в коммуникативную ситуацию лишь при вторичном его воссоздании в процессе исполнения. Исполнительское искусство – род творческой деятельности, определяющий уровень современной художественной культуры. Музыка как вид искусства вне исполнения не существует – ноты для слушателей музыкой не являются. Музыкальное исполнение осуществляется благодаря участию обладающих техническими возможностями и художественным опытом исполнителей, наличию необходимого, настроенного музыкального инструментария.

Часто бывает так, что художник при создании произведения движим лишь внутренними намерениями, не ориентируется на читателя, зрителя или слушателя, и его не интересует мнение реципиента, но вряд ли можно встретить художника, который хотел бы написать картину или сочинить концерт, а потом спрятать готовое полотно или партитуру, чтобы никто никогда их не услышал и не увидел. То есть, осознанно или неосознанно каждый мастер желает, чтобы созданное им произведение искусства участвовало в акте рецепции, художественном коммуникативном акте. Сказанное позволяет считать, что любой творческий порыв изначально или постфактум нацелен на коммуникацию. Главными участниками творческого коммуникативного акта являются адресант или коммуникатор – отправитель сообщения (автор, исполнитель), стремящийся вызвать определённую реакцию получателя, и адресат или реципиент (перципиент) – получатель сообщения (слушатели, зрители, читатели), на восприятие и оценку которых рассчитано то или иное произведение.

Исследование специфики музыкально-театральных форм в обозначенном здесь аспекте требует разграничения понятий театральности и театрализации. Явления, выражаемые этими понятиями, широко обсуждаются современными исследователями¹. В данной работе внимание сосредоточено на двух принципиально важных моментах, свидетельствующих о различии театральности и театрализации. *Театральность* – совокупность свойств, признаков объектов, явлений, процессов, так или иначе связанных

с театром, театральной деятельностью; театральность источника может быть распознана и оценена непосредственно воспринимающим без участия, намеренных действий источника. *Театрализация*, напротив, предполагает осознанную действенность адресанта и адресата – театрально организованный во времени и пространстве процесс представления; соответственно театрализация отличается своей направленностью, нацеленностью на другого, то есть театрализация разворачивается не с самим собой (хотя этот элемент, безусловно, присутствует), а с другими участниками общения. Коммуникативность заложена в самой сущности театрализованных форм преподнесения музыкального материала, поскольку всякая театрализация изначально ориентирована на восприятие реципиента и выступает как представление для зрителя.

Театрализация является одной из специфических черт, присущих социальному пространству жизни на разных этапах его развития. Театральный потенциал в каждой эпохе проявляется по-разному. Театрализация – один из возможных способов самовыражения, направленного, в конечном итоге, на установление контакта с Другим (с отдельным человеком, социумом). В целом можно охарактеризовать театрализацию как осознанное выражение, обыгрывание легко воспринимаемым (преимущественно внешним) образом намерений адресанта, рассчитанное на конкретную реакцию адресата. Театрализация является синтетическим многоканальным типом коммуникации, форма которой определяется контекстом её реализации. Так, например, она может быть элементом социальной коммуникации (театрализация как способ создания имиджа), эстетической (привлечение профессиональной театральной деятельности в сферу других массовых мероприятий, например, спортивных, политических), художественной (концерты, спектакли).

Для более полного раскрытия содержания, идеи произведения композиторы в последнее время всё чаще обращаются к соединению различных смежных и несмежных видов искусств, их многообразных выразительных средств. Коммуникативная специфика театрально-музыкального материала обусловлена сложным взаимодействием различных



художественных элементов. Так, в вокальном искусстве органично сочетаются слово и музыка. В театральном искусстве, включающем в качестве важнейшей составляющей визуальные факторы, слиты в единстве вербальное и визуальное. Таким образом, мы имеем дело с «синтетическим типом коммуникативной системы» (В. Конечкая), в которой взаимодействуют аудиальный и визуальный каналы передачи информации: коммуникативные средства, имеющие отношение к фонации, распространяются по аудиальному каналу, кинестетические средства – по визуальному каналу. Синтетическая аудиовизуальная коммуникация обладает большим преимуществом в воздействии на адресата: благодаря своим гетерогенным выразительным возможностям, она передаёт значимую информацию через целостный музыкально-сценический образ. В результате слушатель реагирует на многоканальность коммуникации соответствующей настройкой «аппарата» восприятия и усилением рекреационной функции своей культурной деятельности. «Формирование коммуникативной системы, особенно синтетического уровня является длительным процессом, – пишет В. Конечкая. – В искусстве это – управляемый процесс, так как он связан с постоянным поиском наиболее эффективных форм взаимодействия разнородных коммуникативных средств с учётом эстетических, социальных и этических норм, принятых в данном искусстве» [5, с. 146].

Вопросы коммуникации рассматриваются многими исследователями как в точных науках, так и в отраслях гуманитарного современного научного знания: математика, кибернетика, психология, антропология, история, философия, эстетика, социология, искусствоведение и др. Понятие «коммуникация» *a priori* акцентирует её социальный характер. Однако специальный анализ требует выделения различных видов коммуникации и определения их специфики.

Эстетическая форма коммуникации обнаруживается в ходе рассмотрения эстетизированных форм деятельности разных обществ в те периоды и в тех сферах деятельности, когда искусство ещё не обрело статуса самостоятельности; носит неакадемический характер (например, в народном творчестве). В подобных случаях театрализация выступает средством эстетизации действительности и практической деятельности. Эстетическая форма коммуникации сохраняет своё значение и в современном обществе. Она имеет место в практической и духовной деятельности людей, например, в религиозной обрядности, политике, спорте, праздниках и разного рода играх, в массовых действиях.

Так, в некоторых видах народного творчества автор, исполнитель и воспринимающий часто бывают слиты в одном и том же субъекте (в том числе коллективном); в таких случаях эстетическая коммуникация реализуется в формах, схожих с живым

социальным диалогом, обладающим непосредственной обратной связью. Будучи частью практического жизненного процесса, эстетическая коммуникация разворачивается несколько по-иному, чем художественная. Например, театрализация служит лишь средством достижения полноценного социального контакта для определённых целей. В тех случаях, когда имеется отчётливое разделение «коммуникатор-реципиент», эстетический коммуникативный акт осуществляется по законам социальной коммуникации. Рефлексивная сторона данной коммуникации направлена в другое – практическое – русло. Так, разного рода театрализация как средство эстетизации коллективных практических процессов может использоваться в различных сферах человеческой деятельности в целях упрочения контакта между адресантом и адресатом. Практическое назначение использования такой театрализации несёт в данном случае несколько иную направленность, нежели в акте художественной коммуникации, но сущность получаемого эффекта может иметь сходные результаты.

Художественная форма коммуникации складывается в непосредственном диалоге адресанта и адресата, осуществлённом в сфере искусства: в процессе посещения концертов, спектаклей и т. д., то есть в определённый момент времени и в определённом месте², или в момент времени, когда сознание адресата специально направлено на восприятие и постижение художественного произведения (в этом случае вопрос строгой пространственной обусловленности не имеет принципиального значения). Художественная коммуникация синтетична и объединяет в себе несколько уровней. Целесообразной представляется классификация, включающая:

– *непосредственный акт коммуникации* (между произведением и публикой), для полноценного осуществления которого необходима активность как исполнителей, так и реципиентов. При этом творческая активность восприятия реципиента прямо пропорциональна активности исполнителей и вызываемому произведением интересу. Последний может быть обусловлен разными факторами, например, степенью трудности и упорядоченности художественного произведения, разнообразием его выразительных средств и, одновременно, доступностью его восприятия;

– *скрытую коммуникацию* (между зрителями) – процесс, когда люди вполголоса обмениваются во время просмотра спектакля немногочисленными, но порой многозначительными для данной ситуации репликами, что иногда является необходимым моментом в организации непосредственного коммуникативного акта;

– *автокоммуникацию*³ – взаимовлияние, взаимодействие, возникающее в результате со-присутствия людей в одном художественном пространстве, когда

коммуниканты осознанно или неосознанно являются одновременно адресантами и адресатами;

– *аутокоммуникацию* (интраперсональная коммуникация) – уровень коммуникации, в котором задействован лишь один индивид, который является одновременно и адресатом, и адресантом. Процесс аутокоммуникации – это своего рода осознанный внутренний диалог.

Аутокоммуникацию в контексте художественно-коммуникативной ситуации можно разделить на два подвида:

– *активную* – процесс активного восприятия, в котором можно условно выделить *agere intellectus* (интеллектуальное), *agere humaitas* (культурно-информативное), *agere sensus* (чувственное), *agere extrasensus* (сверхчувственное), *agere synthesis* (синтетическое);

– *пассивную* – процесс фиктивного восприятия, когда неподготовленный человек не хочет или не способен к активному восприятию художественной информации. Тем не менее, рассматривая цепочку, по которой информация поступает в мозг человека («внешняя среда» → «бессознательное» → «предсознание» → «сознание»), можно с уверенностью сказать, что даже самый пассивный реципиент испытывает художественное воздействие, оказывается в коммуникативном поле искусства. След, оставленный в душе слушателя-зрителя спектаклем или концертом, сохраняется, осознанно или неосознанно запоминается увиденное представление, слова или сцены, переживания и чувства.

Ещё один важный уровень художественной коммуникации – *метакоммуникация*. С. Дрига, проводя исследования в области социального дискурса массовой коммуникации, даёт следующее определение понятию: «Метакоммуникация – это особый вид общения, предметом которого является сам процесс общения. Другими словами, метакоммуникация – это коммуникация по поводу коммуникации. Метакоммуникация – та часть общения, которая направлена на само общение, его различные аспекты» [3, с. 9]. Применительно к данной теме метакоммуникация может рассматриваться как в пространстве сцены, так и в пространстве публики. В ходе представления, в процессе реализации художественного замысла исполнители являются одновременно и адресатами, и адресантами – воспринимают, видят себя как бы со стороны. Это является необходимым условием для осуществления полноценного коммуникативного акта, ибо исполнители, «ушедшие в себя», реализовывают контакт только с самим собой, а не с другими участниками сценического диалога (если таковые имеются) или с публикой. Подобное «контролирование коммуникации» осуществляется и со стороны зрителей.

Метакоммуникация также имеет несколько уровней:

– *предкоммуникация* – подготовительный процесс, обеспечивающий все необходимые условия для совершения акта художественной коммуникации. Предкоммуникация характерна для всех участников коммуникативного акта;

– *скрытая коммуникация*, в ходе которой люди вполголоса обмениваются во время просмотра спектакля немногочисленными, но порой вынужденными или необходимыми многозначительными репликами по поводу самого акта художественной коммуникации⁴;

– *посткоммуникация* – процесс, направленный на обсуждение свершившегося коммуникативного акта. В данном процессе возможно смешение статусов участников непосредственного акта художественной коммуникации.

Метакоммуникация содержит два информационных слоя: вербальный и невербальный. Чаще всего «способами метакоммуникации являются комментирование, объяснение, констатирование или оценивание коммуникативных сообщений – как своих, так и чужих», при этом используется большой диапазон мимических, интонационных, телесных, и других невербальных средств выразительности [10, с. 80].

Одним из основных инструментов метакоммуникации (как вербальной, так и невербальной) выступают критика и средства массовой информации (СМИ)⁵. СМИ и критика с момента их формирования начинают играть важную роль в коммуникационном взаимодействии искусства и общества. Они являются одним из главных источников, с помощью которых люди узнают не только необходимую общую информацию о художественном событии, но и усваивают изложенную в рецензиях оценку, толкование. Таким образом, СМИ выполняют и направляющую функцию, интерпретируя произведение как с художественной позиции, так и с позиции социальной. При этом вопрос качества критики⁶ в отношении организации контакта «сцена – зал» тоже имеет немаловажное значение. Критика может играть как созидательную культуру контакта роль, так и разрушительную.

Часть невербальной метакоммуникации составляет аутокоммуникативный процесс (его основой является взаимодействие «сознание – сознание»⁷, «сознание – подсознание»⁸), характерный как для самих исполнителей, так и для тех, ради кого осуществляется исполнение. Он занимает большую часть мыслительности дирижёра-режиссёра, который постоянно находится в творческом поиске ответов на множество вопросов, связанных с откликом зрителей на ту или иную постановку: почему зрителям нравится то или иное представление? почему и чем они недовольны? почему не достигнут тот результат, на который рассчитывала труппа? почему мнение публики или критиков не совпадают с оценкой постановщика и т. д. В контексте рассматриваемой проблематики важно



подчеркнуть, что восприятие произведения зависит не только от художественного уровня самого искусства, но и, как пишет А. Еремеев, «даже от такой относительной мелочи, как организация его подачи» [4, с. 264]. Во многих случаях аутокоммуникативный процесс помогает художникам найти верное решение произведения⁹.

Аутокоммуникация характерна также для непосредственных участников представления, ведь первыми реципиентами являются они, и уже по тому контакту, который складывается между участниками постановочного процесса, можно говорить об успехе. Как отмечает Т. Курышева, «наиболее успешным становится тот концерт, в котором всем участникам коммуникации было максимально комфортно и творческие возможности обеих сторон [исполнителей и публики] реализовались во всей полноте» [6, с. 259]. «Коммуникативная сторона творчества важна для всех художественных сфер, – как бы продолжая мысль, пишет в другой своей работе Т. Курышева. – Независимо от деклараций, в том числе последователей “искусства для искусства”, в большей или меньшей степени мастера всех искусств нуждаются в своём слушателе-читателе-зрителе. Они ищут его, думают о нём» [7, с. 109].

Осуществленный анализ даёт основания утверждать, что театрализованная форма реализации музыкального материала может выступать и как синтетическая эстетическая форма коммуникации с непосредственной обратной связью (реже – с элементами обратной связи), и как художественная многоканальная форма коммуникации с элементами обратной связи¹⁰. Элементы обратной связи выражаются аплодисментами или проявлением неодобрения¹¹, а также – в обмене эмоциями: со-участие, со-творчество, со-переживание. В диалоге, осуществляющемся в ходе такой художественной коммуникации, в которой наличествуют лишь отдельные элементы обратной связи, исполнитель находится в постоянном напряжении, ожидании и надежде на одобрение публики. Аналогичные процессы можно заметить и в отношении со стороны публики. Подоб-

ные коммуникативные акты не обладают обратимостью, возможностью повторения, как, например, чтение книги или просмотр видеофильма в домашних условиях. Такой акт, связанный, прежде всего, с фактом живого исполнения, всегда обладает особым характером: «Вариантность каждого выступления, его непредсказуемость делают исполнительское творчество особенно привлекательным, стимулируют слушательский и зрительский интерес» [2, с. 56].

Художественный коммуникативный акт обуславливает определённую организационную общественную отношений. Приходя на спектакль или концерт, человек принимает некий тип социальных отношений, ролей, обязательств, посредством которых он включается в социально-художественную жизнь, то есть его личностное «я» переходит в сферу «мы». Он становится подвержен влиянию общего настроения. Общественное настроение является важнейшим элементом общественных отношений, общественной психологии – оно импульсивно, заразительно, зачастую служит выразителем общей эмоциональной направленности группы, свойственного ей своеобразия; оно динамично и быстро трансформируется в различных ситуациях. Намерение посетить концерт или спектакль усиливается желанием пообщаться как к общему эмоциональному полю художественной коммуникации, так и к социальному полю коммуникации в период до начала концерта, частично во время его реализации, в антракте и после концерта.

Художественная коммуникация впоследствии приобретает социальные функции, становится поводом для **социальной коммуникации**, понимаемой как общение людей в рамках художественного пространства искусства, и выступает, таким образом, одной из образующих форм социокультурной среды.

Изложенное позволяет заключить, что обращение к коммуникативному подходу при рассмотрении проблемных вопросов театрально-музыкального искусства открывает возможность углубления представлений о специфике взаимодействий в современной системе отношений «искусство-общество».

PRIMEЧАНИЯ

¹ Д. Бабле, Р. Барт, Ж. Бодрийяр, Р. Ванейгем, К. Видал, Е. Гротовский, А. Гуье, Ги Дебор, Т. Джурова, Ж. Диди-Юберман, Н. Евреин, С. Зенкин, В. Иванов, И. Ильин, М. Корвен, Ю. Лотман, В. Максимов, М. Мамардашвили, П. Павис, В. Прозерский, М. Родина, И. Торе, П. Успенский, Ж. Фераль, В. Хализев, С. Цимбал, А. Юберсфельд, М. Ямпольский и мн. др.

² Основное внимание в работе сосредоточено на художественной коммуникации живого диалога сцены и зала, в котором выражается не только результат творческой деятельности исполнителей, как, например, в кино, но и осуществляется непосредственно сам творческий процесс. Хотя стоит

заметить, что с развитием в кинематографе голографической трансляции в соединении со стереофонией художественный контакт приближается к живому, но, тем не менее, таковым не является. На различия коммуникационных форм указывает и Ю. Боров: «Принципиально различно художественное восприятие произведения через чтение (литература), через просмотр спектакля (театр), через теле- и киноэкранизацию и радиопостановку (трансляция с помощью средств массовой коммуникации)» [1, с. 758].

³ Ю. Лотман в своей работе «Структура художественного текста» упоминает об аутокоммуникации: «Случай аутокоммуникации подразумевает, что один индивид выступает

в качестве двух», подразумевая, что индивид находится в единении с собой, хотя в данном случае уместнее было употребить термин аутокоммуникации [8, с. 19].

⁴ В данном случае скрытая коммуникация рассматривается именно как уровень метакоммуникации.

⁵ СМИ и критика являются основными компонентами искусствоведческой журналистики.

⁶ Как отмечает Т. Курышева, интересный критический отзыв может иногда сам стать произведением искусства: «Нередко хорошая театральная рецензия становится ещё одним произведением искусства на ту же тему, ещё одним витком художественной интерпретации» [7, с. 121].

⁷ Сознание – это «сфера психики человека = энергоинформационное поле, содержание которого в данный момент времени человеку известно (осознается им)» [9, с. 623].

⁸ Подсознание – это «сфера психики, содержанием которой являются информация и энергия» [9, с. 347]. Между подсознанием и сознанием существует взаимосвязь. Но подсознание может определённым или неопределённым образом влиять на поведение человека.

⁹ Рефлексия художника над собственным творчеством нередко выливается в метапоэтические указания и авторские метапоэтические программы.

¹⁰ Лишь живой социальный диалог обладает непосредственной обратной связью. Обратная связь характерна для непосредственного контакта, когда адресат в равной мере может воздействовать на адресанта и наоборот. Любая информация, получаемая в акте художественной коммуникации, обладает лишь элементами обратной связи. После прочтения книги читатель может написать рецензию, но он уже не в силах изменить вышедшую книгу. Прочитав или перечитав литературное произведение, проникнув глубоко в его суть, человек может поменять отношение к ней, но не саму книгу, как в живом диалоге. Максимум, что вправе сделать – это обратиться к автору, если таковой ныне здравствует, и повлиять на некоторые его воззрения. Это лишь условные элементы обратной связи. Так же в рамках принятия условности искусства и установленного этикета зритель не может изменить ход спектакля, он может лишь в пределах дозволенного выразить одобрение или осуждение.

¹¹ «Формой критического отношения может быть и замалчивание – один из страшных по силе воздействия негативных оценочных актов», – отмечает Т. Курышева [6, с. 32].

ЛИТЕРАТУРА

1. Боров Ю. Б. Эстетика. М.: Высшая школа, 2002. 511 с.
2. Гуренко Е. Г. Проблемы художественной интерпретации (философский анализ). Новосибирск: Наука, 1982. 256 с.
3. Дрига С. С. Социальный дейксис дискурса массовой коммуникации (на материале ток-шоу): автореф. дис. ... канд. филологич. наук. Тверь, 2008. 16 с.
4. Еремеев А. Ф. Границы искусства (социальная сущность художественного творчества). М.: Искусство, 1987. 320 с.
5. Конечкая В. П. Социология коммуникации М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. 304 с.
6. Курышева Т. А. Музыкальная журналистика и музыкальная критика: учеб. пособие. М.: Владос-Пресс, 2007. 295 с.
7. Курышева Т. А. Слово о музыке. О музыкальной критике и музыкальной журналистике: очерки. М.: Композитор, 1992. 176 с.
8. Лотман Ю. М. Структура художественного текста // Об искусстве. СПб.: Искусство-СПБ, 2005. С. 14–288.
9. Панасюк А. Ю. Большая энциклопедия парапсихологии. М.: РИПОЛ Классик, 2007. 864 с.
10. Трунов Д. Г. Вербальная и невербальная метакоммуникация // Материалы II Международной конференции «Коммуникация: концептуальные и прикладные аспекты» 24–28 мая 2004 г. Ростов н/Д, 2004. С. 80–81.

REFERENCES

1. Borev Yu. B. *Estetika* [Aesthetics]. Moscow: Vysshaya Shkola Press, 2002. 511 p.
2. Gurenko E. G. *Problemy khudozhestvennoy interpretatsii (filosofskiy analiz)* [Issues of Artistic Interpretation (A Philosophical Analysis)]. Novosibirsk: Nauka Press, 1982. 256 p.
3. Driga S. S. *Sotsial'nyy deyksis diskursa massovoy kommunikatsii (na materiale tok-shou): avtoref. dis. ... kand. filologicheskikh nauk* [Social Deixis of Discourse of Mass Communication (On the Materials of a Talk Show). Thesis of Dissertation for the Degree of Candidate of Philology]. Tver', 2008. 16 p.
4. Eremeev A. F. *Granitsy iskusstva (Sotsial'naya sushchnost' khudozhestvennogo tvorchestva)* [The Boundaries of Arts (The Social Essence of Art)]. Moscow: Iskusstvo Press, 1987. 320 p.
5. Konetskaya V. P. *Sotsiologiya kommunikatsii* [Sociology of Communication]. Moscow: International University of Business and Management, 1997. 304 p.
6. Kuryshcheva T. A. *Muzykal'naya zhurnalistika i muzykal'naya kritika: ucheb. posobie* [Music Journalism and Music Criticism: Tutorial Manual]. Moscow: Vlados-Press, 2007. 295 p.
7. Kuryshcheva T. A. *Slovo o muzyke [Words about Music] O muzykal'noy kritike i muzykal'noy zhurnalistike: ocherki* [On Music Criticism and Music Journalism. Essays]. Moscow: Kompozitor Press, 1992. 176 p.
8. Lotman Yu. M. *Struktura khudozhestvennogo teksta* [Structure of the Literary Text]. *Ob iskusstve* [On Art]. St. Petersburg: Iskusstvo-SPB Press, 2005, pp. 14–288.
9. Panasyuk A. Yu. *Bol'shaya entsiklopediya parapsikhologii* [Great Encyclopedia of Parapsychology]. Moscow: RIPOL Klassik, 2007. 864 p.
10. Trunov D. G. *Verbal'naya i neverbal'naya metakommunikatsiya* [Verbal and Nonverbal Meta-Communication] *Materialy II Mezhdunarodnoy konferentsii «Kommunikatsiya: kontseptual'nye i prikladnye aspekty» 24-28 maya 2004 g.* [Proceedings of the Second International Conference "Communication: Conceptual and Applied Aspects", 24–28 May 2004]. Rostov on Don, 2004, pp. 80–81.



Театрализованные формы реализации музыкального материала: коммуникативные аспекты

Статья посвящена актуальному направлению искусствоведческого анализа – коммуникативному исследованию специфики реализации музыкально-театральных форм. Организация данных форм рассматривается как синтетическая художественно-коммуникативная система, включающая визуальный и аудиальный каналы, и вследствие этого обладающая особой силой воздействия на публику. Автор даёт обоснования следующим научным категориям: театрализация, эстетическая коммуникация, художественная коммуникация. Художественная коммуникация представляет собой многоуровневую систему, включающую в себя: непосредственный коммуникативный акт и метакоммуникацию, которые, в свою

очередь имеют соответствующие подуровни. Театрализованная деятельность предоставляет возможность контактирования создателей произведения искусства и тех, кому оно адресовано, в связи с этим остаются актуальными проблемы активизации слушательского, зрительского интереса и расширения аудитории искусства. Обращение к коммуникативному подходу при рассмотрении проблемных вопросов театрально-музыкального искусства открывает возможность углубления представлений о специфике взаимодействий в современной системе отношений «искусство-общество».

Ключевые слова: искусство, театрализация, коммуникативная система

Epy Theatrical Forms of Realizing of Musical Material: Aspects of Communication

The article is devoted to a topical trend of art criticism analysis – the communicative research of the specificity of realization of musical theater forms. The organization of the given forms are examined as a synthetic artistic-communicative system incorporating visual and audio canals and, as a result of this, endowed with a special force of impact on the public. The author substantiates the following scholarly categories: theatricalization, aesthetic communication and artistic communication. Artistic communication presents in itself a multilevel system, which includes in itself: the direct communicative action and meta-communication, which in its turn contain corresponding levels.

Theatricalized activity presents the opportunity of contacting the creators of the works of art, as well as those to whom it is addressed, and in connection with this the issues of activation of the listeners' and the viewers' interest and the broadening of the artistic auditorium become relevant. Turning toward a communicative approach when examining topical issues related to the art of musical theater opens up the possibility of deepening the perceptions of the specificity of interactions in the present-day system of relations between "art and society."

Keywords: art, theatricalization, communicative system

Киреева Наталья Юрьевна

кандидат искусствоведения,
преподаватель кафедры истории и теории
исполнительского искусства
и музыкальной педагогики
E-mail: sanata1004@yandex.ru
Саратовская государственная консерватория
им. Л. В. Собинова
Российская Федерация, 410012 Саратов

Natalia Yu. Kireyeva

Candidate of Arts,
Faculty member of the Department of History
and Theory of Performing Art and Musical Pedagogy
E-mail: sanata1004@yandex.ru
Saratov State L.V. Sobinov Conservatory
Russian Federation, 410012 Saratov

