

Популярная музыка как феномен культуры и объект музейной экспозиции

Н.В. Захарова

Самарский государственный институт культуры, Самара, Россия

Обоснование. В последние десятилетия все более востребованными у посетителей становятся музеи, посвященные музыкальным инструментам, музыкальной личности или музыкальной культуре в целом. Об этом свидетельствует тот факт, что количество музеев данного профиля постоянно растет. Более того, наиболее интересными для зрителя становятся музеи популярной музыки, число которых в мире регулярно увеличивается. Однако до сих пор в современной науке недостаточно публикаций, посвященных проблеме музеефикации популярной музыки. Данное обстоятельство делает настоящее исследование актуальным и значимым.

Цель — изучение популярной музыки как феномена культуры, а также выявление ее специфики как объекта музейной экспозиции.

Методы. Анализ и синтез, которые применялись в ходе теоретического научной литературы, структурно-функциональный, типологический.

Результаты. Популярная музыка — уникальный феномен культуры, связанный в первую очередь с развитием технических и звукозаписывающих средств. Она обладает рядом характеристик и отличительных черт. Современная популярная музыка отличается своим разнообразием жанров и стилей [1, с. 214]. Кроме того, популярная музыка активно использует новые технологии и инновации. Благодаря компьютерной обработке звукозаписи и программам для создания музыки, артисты могут создавать уникальные музыкальные композиции.

Популярная музыка существует по определенным канонам [2, с. 181]. Ее можно интерпретировать как некий инструмент, который отвечает за настроение, коммуникацию людей, создание атмосферы и является способом передачи определенной информации. Она не знает преград и языковых барьеров. В контексте настоящего исследования сразу же возникает вопрос: насколько популярная музыка может стать объектом музейного экспонирования? Как показывает опыт музейного дела — такое вполне возможно. Существует немало музеев популярной музыки в самых разных уголках нашей планеты (Музей Битлз в Ливерпуле, Музей джаза в Стокгольме и др.). Все они имеют свою уникальную специфику и наполнены особой атмосферой. Однако музей «это не просто место, где хранятся и выставляются напоказ различные вещи и предметы. Музей — это место анализа, осмысления недавнего прошлого, включения этого прошлого в современный контекст» [3, с. 334]. Данные обстоятельства необходимо учитывать при организации музея популярной музыки, а также при разработке и формировании его коллекций.

В статье «Constructing histories through material culture: popular music, museums and collecting» исследователь музыки М. Леонард предлагает «6 типов музейных предметов, которые могут представить популярную музыку:

1. Музейные артефакты, связанные с личностью конкретного музыканта или группы.
2. Музыкальные инструменты.
3. Вещи и иные реликвии, которые первоначально были доступны ограниченному кругу лиц, например, релизы, материалы для журналистов или ведущих концертных программ.
4. Материалы, произведенные не музыкантами, но связанные с музыкантами или музыкальной группой в целом: тексты песен, списки для концертов, демозаписи и т.д.
5. Афиши концертов, рекламные плакаты, билеты. Одежда, обувь музыкантов, предметы быта, которыми они пользовались.
6. Сувенирная продукция или специально созданные для продажи вещи: записи, постеры и другие» [4, р. 151].

Хорошо, если у посетителей музея будет возможность не просто созерцать данные экспонаты, а включаться с ними в диалог и взаимодействие. Например, можно дополнить рассказ или экскурсионный маршрут

по выставке различными активностями, предложив посетителям сыграть в игру на знание исполнителей популярной музыки, фактов их биографии или их лучших произведений. В любом случае в музее музыки необходимо создать благоприятную комфортную обстановку, располагающую не только к пассивному созерцанию выставленных объектов, но и подталкивающую посетителей к ненавязчивому соучастию в музейном событии.

Музей популярной музыки невозможно представить без музыкального сопровождения. Существует три способа включения музыки в музейное пространство: наушники, наличие специально оборудованных комнат, динамики. С их помощью можно заполнить музыкой все пространство музея. Подобные практики позволят посетителям быть не просто пассивными созерцателями выставки, а стать полноправными участниками музыкального проекта и наиболее полно погрузиться в атмосферу популярной музыки в рамках конкретного музея. Создание такого музея невозможно без профессиональной команды. Сюда могут войти как музеологи, так и социологи, культурологи и историки, т.е. все те, кто разбирается в культурных смыслах различных музыкальных направлений. Только в этом случае музей сможет превратиться в связующее звено «посетитель — предметы», которое способно наладить взаимодействие с заинтересованной аудиторией.

Выводы. Музеи популярной музыки — весьма необычное явление современной культуры. Они позволяют не просто познакомиться с артефактами прошлого, а погрузиться в мир музыкального творчества и культуры определенной личности или целой эпохи.

Ключевые слова: музей популярной музыки; артефакты культуры; экспозиционно-выставочное пространство; коммуникация.

Список литературы

1. Костина А.В. Популярная культура // Знание. Понимание. Умение. 2005. № 3. С. 214–215. EDN: JHKLED
2. Семенченко Е.В. Поп-музыка как социально-психологическое явление: теоретический аспект // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 12–1(62). С. 181–183. EDN: UXLHXP
3. Чиркова Н.В. Эстетизация повседневности как тенденция современного общества. В кн.: Наука. Культура. Искусство: актуальные проблемы теории и практики. Сборник материалов Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции: в 4 т. Белгород: Т. 1. / под ред. Ю.В. Бовкуновой, И.В. Шведовой, О.Г. Ерёминой. Белгород: Белгородский государственный институт искусств и культуры, 2021. С. 332–336. EDN: QGILF
4. Leonard M. Constructing histories through material culture: popular music, museums and collecting // Popular music history. 2007. Vol. 2, N 2. P. 147–167. doi: 10.1558/pomh.v2i2.147

Сведения об авторе:

Наталья Васильевна Захарова — студентка, группа КМ-321, факультет культурологии, социально-культурных и информационных технологий; Самарский государственный институт культуры, Самара, Россия. E-mail: zakharova.natalya2013@gmail.com

Сведения о научном руководителе:

Наталья Владимировна Чиркова — кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры теории и истории культуры; Самарский государственный институт культуры, Самара, Россия. E-mail: chirkovanv@samgik.ru