

ВЕРА ПРАКАПЦОВА, кандыдат мастацтвазнаўства, ДАНАТ ЯКАНЮК, кандыдат філасофскіх навук

ФІЛАРМОНІЯ—ПУБЛІКА— МУЗЫЧНАЯ КУЛЬТУРА РЭСПУБЛІКІ

Напэўна, самы радасны для многіх дэфіцыт быў бы дэфіцыт «лішняга» білета ў філармонію. Гэта значыла о, што адпалі шмат якія са складаных і праблем фарміравання грамадскай музычнай свядомасці, прыкрыя часам непаразуменні у ацэнцы нацыянальных і сусветных музычных каштоўнасцей з боку нашых сучаснікаў. Такімі вась непаразуменнямі з'яўляюцца канцэрты выдатных калектываў і салістаў, на якія прыходзіць не 900 чалавек (столькі месцаў у вялікай зале Белдзяржфілармоніі), а 600, 300, а здараецца, і менш як 100! І гэта ў амаль што двухмільённай сталіцы! Таму паўстае пытанне: ці патрэбна нам філармонія? Ці патрэбен акадэмічны сімфанічны аркестр? Нарэшце, ці патрэбна наогул класічная, сур'ёзная музыка, якая гучыць у філармоніі? Не, гэта не марныя, рытарычныя пытанні, а надзённыя і надзвычай вострыя, якія мы ўключылі ў шэраг іншых падчас комплекснага даследавання зацікаўленняў актуальнай (тых, хто прыйшоў на канцэрты) і патэнцыяльнай (тых, хто зможа прыйсці) публікі. Апытваліся таксама калектывы філармоніі і артысты розных аркестраў, хораў.

Адразу скажам, што ў артыкуле абагульняюцца толькі асноўныя звесткі, што гэта—першая спроба ў рэспубліцы спецыяльнага разгорнутага даследавання сістэмы «філармонія—публіка». Вось чаму перад даследчыкамі тут жа ўзнікла мноства пытанняў. І мы змушаны былі адкінуць больш-менш другараднае, каб вырашыць самае надзённае і вострае: месца філармоніі сярод каналаў распаўсюджвання і прапаганды музыкі; хто і як часта бывае ў філармоніі і што замянае бываць часцей, хто ўвогуле не наведвае яе і чаму. Аналізаваліся таксама рэпертуар філарманічных калектываў, думка артыстаў пра сваю прафесію, пра мікраклімат у артыстычным асяроддзі і іншае. Атрымалася шматбаковая справаздача, якую мы перадалі кіраўніцтву філармоніі. А пакуль што паспрабуем асэнсаваць матэрыялы, якія непасрэдна тычацца шырокай узаемазвязі «філармонія—публіка—музычная культура».

З дапамогай спецыяльна распрацаваных анкет апытвалася публіка на канцэртах розных «жанраў»—сімфанічных, інструментальных, арганых, харавых, вакальных. Апытваліся і тыя, «хто не прыйшоў на канцэрты»,—населніцтва Мінска па прадастаўленай выбарцы, у якой прапарцыянальна яго рэальнаму размеркаванню былі ўлічаны прафесійныя, узроставаыя, геаграфічныя (раёны горада), іншыя сацыяльна-дэмаграфічныя катэгорыі жыхароў.

Тое, што філармонія ва ўдзяленні слухачоў ці не апошні сярод каналаў распаўсюджвання музыкі, не здзівіла, бо нас «падрыхтавалі» да такой сітуацыі апытанні тэле- і радыёаўдыторыі: яна займае сёмае месца пасля тэлебачання, магнітазапісаў, радыё, канцэртаў у Палацы спорту, грамзапісаў, тэатра музычнай камедыі. Але не апошняе: аўтсайдэр—тэатр оперы і балета. Ды не будзем спяшацца з адмоўнымі—і толькі—вывадамі, бо розныя катэгорыі ставяцца да Белдзяржфілармоніі па-рознаму. Напрыклад, пенсіянеры ставяць яе на першае месца, як і частка служачых, навучэнцаў, студэнтаў. Проста нашы звесткі адлюстравалі перш-наперш частату слу-

ханья музыкі з дапамогай усялякіх каналаў, а сярод іх «лідэры», зразумела, «хатнія»—тэле- і радыё-прыёмнікі, магнітафоны, прайгравальнікі, якімі кожная сям'я забяспечана поўным наборам, нават па дзве-тры адзінкі. А што прэстыж філармоніі ўсё ж высокі, што без яе большасць насельніцтва не «бачыць» сталічнага горада, сведчаць адказы на пытанне «Ці патрэбна наогул філармонія, калі ёсць тэлебачанне, радыё, запісы?»: «Зразумела, патрэбна»—62,1%, няўпэўненае «Можа быць, патрэбна»—14,3%.

Нельга не падзвіцца вась чаму. У свядомасці большай часткі мінчан (55%) наведванне філармоніі прэстыжнае, і настолькі, што на пытанне «Як часта вы бывалі ў філармоніі?» яны адказалі: «1—2 разы ў сезон». А гэта значыць, што ў абедзвюх залах павінна было пабываць ад 700 тысяч (1 раз у сезон) да 1 мільёна 300 тысяч (2 разы ў сезон) гараджан пры магчымасці размясціць самае большае 270—300 тысяч за сезон (калі дадатковыя крэслы паставіць ва ўсіх праходах залы!).

Такім чынам, паводзіны мінчан у дачыненні да філармоніі суіярэчлівыя, нават парадаксальныя. Сапраўды, хочучь хадзіць у яе, лічаць, што гэта патрэбна, прэстыжна, кажуць сумленна, што і робяць тое «1—2 разы ў сезон». А на самой справе? Многія канцэрты «недабіраюць» 100—300 слухачоў, бывае, і больш. Заканамерна пафаснае: «Чаму?». І яно было ў нашых анкетах. Мы чакалі, што, пры забеспячэнні тэхнікай, якая выконвае функцыі «хатняга канцэрта», могуць не вабіць гарадская канцэртная афіша, невысокая рэпутацыя выканаўцаў. Ні тое, ні другое. Высветлілася, што тэлебачанне толькі для чвэрці апытаных (27%) кампенсуе «паход» у філармонію. Асноўнай жа прычынай рэспандэнты назвалі такую: «Цяжка дастаць білеты на канцэрты, якія цікавяць!» Выходзіць, шмат канцэртаў, на якіх «не патрэбна» публікі, і ў той жа час публіка наракае, што «цяжка дастаць...»! Але ўдумаем: «...якія цікавяць». Тут вась і галоўнае, што кіруе паводзінамі людзей,—інтарэсы. Безумоўна, і тэлевізійныя праграмы (27% адказаў), і дэфіцыт часу (20%), і радыёперадачы (10%), і сямейныя клопаты (17%) прычыны сур'ёзныя. Аднак калі ў філармоніі дзеяцца менавіта цікавае для слухача, а ў Палацы спорту «грымяць» залётныя артысты эстрады, дык ніводная з гэтых прычын «не працуе»: на канцэртах аншлагі! Значыць, сутнасць—у свядомасці, у скіраванасці мастацкіх інтарэсаў, зацікаўленняў, у атмасферы, якую стварае філармонія як «храм музыкі», нарэшце,—у далучанасці да плыні музычнага жыцця рэспублікі і краіны.

Як паказваюць сацыялагічныя даследаванні сярод аўдыторыі музычных праграм тэлебачання і радыё, эстрада—па-за межамі «канкурэнцыі», яе чакае і жадае слухачь, глядзець большасць гараджан—да 60—70% (акрамя работнікаў мастацтваў, з якіх творама класікі аддаюць перавагу 40—60, а эстрадзе—20%). Таму для патэнцыяльных наведвальнікаў філармоніі мы не ставілі пытання пра папулярную музыку, а толькі пра музыку акадэмічных жанраў (хоць многія «збочвалі» ўсё ж да эстрады, калі

прапаноўвалі свае філарманічныя праграмы). На жаль, самастойна назваць кампазітараў, чые творы паслухалі з задавальненнем, здолеў не кожны, а той, хто здолеў, арыентаваўся на шырокавядомыя імёны — Чайкоўскага, Рахманінава, Глінку, Скрабіна, Мусаргскага, Бетховена, Шапэна, з савецкіх — Свірыдава (называлася найперш музыка да кінафільма «Мяцеліца»), Шастаковіча, Хачатурана («Танец з шаблямі»), Пятрова, Пракоф'ева. З беларускіх кампазітараў фігуравалі толькі Глебаў, Багатыроў і... Лучанок-песеннік. А калі анкеты раздаваліся непасрэдна ў зале на розных канцэртах, дык спіс кампазітараў павялічваўся значна, таму што не трэба было ўспамінаць: «Каго ж я люблю, хачу пачуць?» І аказалася, што зацікаўленасць публікі даволі шырокая, што ўсё залежыць ад арганізацыі, рэкламы, ад формы канцэртаў.

Гэта былі меркаванні «сярэдняга» патэнцыяльнага наведвальніка філармоніі. А можа спецыялісты-музыканты, дзеячы культуры часцей слухаюць музыку ў шанюнай установе? Так, да 30 % месцаў у зале філармоніі займаюць дзеячы мастацтва і культуры. Пры гэтым назіраецца характэрная тэндэнцыя: большая частка філарманічнай публікі (53 %) мае музычную адукацыю — ад музычнай школы (26 %), вучылішча (10 %) да кансерваторыі і інстытута культуры (17 %). Служачыя складаюць найбольшую долю аўдыторыі канцэртаў — 30 %, потым ідуць старэйшыя школьнікі і навучэнцы ПТВ — 21, студэнты — 18, інжынеры — 17 %; рабочых яшчэ вельмі мала — 1,7 %. Мы зафіксавалі таксама аспірантаў (1 %) і пенсіянераў (0,3 %). І што слухач гэтых катэгорый паставіў бы ў праграме, калі б дырэктарам філармоніі быў ён? 91 % — творы венскіх класікаў, 85—88 % — класікаў XIX стагоддзя (у тым ліку і рускіх), 80 % — эпохі барока і г. д. Дарэчы, музыку кампазітараў другой паловы нашага стагоддзя, якія рэдка гучаць у нас, — Лістан, Лігеті, Кейдж, Штокхаўзен, Ксенакіс, Пендэрэці, Лютаслаўскі — хацела б паслухаць амаль чвэрць філарманічнай публікі.

А сучасных беларускіх кампазітараў — Глебава, Лучанка, Смольскага, Мдывані, Помазава, Войцкі, Картэса пазначылі ў сваіх спісах 57 % рэспіцентаў. Сярод прапанаваных намі былі аўтары, якія пішуць у вострасучаснай манеры, — Шнітке, Тэртэран, Дзянісаў, Цішчанка і інш., і іх творы зацікавілі звыш 40 % слухачоў.

Сёння наша ўспрыманне дзякуючы масавасці такіх тытанаў мастацкай інфармацыі, як кіно, тэлебачанне, дызайн, стала больш візуальным, чым слышым, і, на жаль, менш «пачуццёвым». Вось чаму, на наш погляд, карціна запатрабаванняў і музычных інтарэсаў выглядала такой змястоўнай, калі слухачам прапанавалася не ўспомніць кампазітараў, а толькі падкрэсліць у анкеце. Вось чаму візуальная рэклама — у афішах, на шчытах, на тэлебачанні, у прэсе — будзе сучаснай і эфектыўнай. А пакулы удзельнікі апытання наракаюць на сістэму рэкламы і аансравання канцэртнай дзейнасці філармоніі: мала рэкламных месцаў у горадзе (32 %), дрэннае мастацкае афармленне шчытоў і афіш (30 %), няма рэкламных шчытоў у мікрараёне (22 %). І далей, ледзьве не ўсе

(84 %) лічаць, што патрэбен пастаянны анонс канцэртаў па тэлебачанні, радыё, у прэсе, што наогул адлюстраванне канцэртнага жыцця, яго аналіз, вытлумачэнне недастатковыя. Што...

Паважаны чытач, мы маглі б яшчэ доўга нанізваць лічбы, працэнты, развагі, але ўсю гэту сацыялагічную «канкрэтыку» мы перадалі кіраўніцтву філармоніі. Таму спынімся. А зараз паспрабуем абагульніць самае галоўнае, асэнсаваць эстэтычны і сацыяльны бакі ўзаемасувязі «філармонія — публіка — музычная культура».

Філармонія. Як традыцыйны інстытут распаўсюджвання і прапаганды музыкі, яна паступова сцвярджае сваю сапраўдную ролю пасля буму радыё ў 30-ыя — 50-ыя гады, а потым і тэлебачання. І, нягледзячы на дынамічнае развіццё і масавае пашырэнне аўдыёвізуальных сродкаў, філармонія з'яўляецца якраз адным з цэнтраў распаўсюджвання і прапаганды музыкі, а таксама музычнага выхавання. А непаўторная, уласцівая толькі ёй, філармоніі, сацыяльна-эстэтычная янасць і функцыя ў тым, што яна дае магчымасць слухачу калектыўна перажыць і разам з выканаўцамі непасрэдна стварыць музыку, быць саўдзельнікам-сведкам кожнага раз яе новага нараджэння без «сурагатных» пасрэdnікаў (тэхнікі). Філармонія, як і тэатр, усё больш становіцца цэнтрам-сродкам, які ў музычна-мастацкай сферы адлюстроўвае агульнасацыяльныя працэсы, што звязаны ці не з татальнай патрэбнасцю людзей, мас у натуральным, арыгінальным (у матэрыяльнай сферы — нештучных тавараў, у жывапісе — не-копій і г. д.).

Мінчане высока ставяць філармонію як музычна-мастацкі орган, цэнтр, але дынаміка адносін аўдыторыі да філармоніі і ацэнка яе сацыяльна-эстэтычнай функцыянальнасці істотна разыходзяцца з рэальнай праявай такіх адносін і ацэнкаў — інтэнсіўнасцю наведвання канцэртаў. Такім чынам, выявілася супярэчнасць: «хачу, жадаю, цяну, але не пацвярджаю гэта практычным дзеяннем», г. зн. наведваннем больш частым. Супярэчнасць заўважана, калі мы возьмем пад увагу зацікаўленасць публікі бадай што ўсёй сусветнай музычнай спадчынай, а яшчэ цікаўнасць да адкрытага «эксперымента» — выкарыстання ў акадэмічных жанрах найсучаснейшых сінтэтычных прыёмаў музычнага пісьма, з'яўлення незвычайных, «здзіўляльных» твораў, да якіх беларускія кампазітары ці думаюць набліжацца. Многія спадзяюцца, што не паглынула Лета слынных «эксперыментаў» Скрабіна, Стравінскага, Пракоф'ева, Шастаковіча, Шчадрына, Янчанкі. Беларуская дзяржаўная філармонія, кантынгент яе слухачоў цяплява чакаюць такіх эксперыментаў...

Публіка. Музычныя інтарэсы публікі склаліся пераважна як вынік уздзеяння аўдыёвізуальных сродкаў масавай камунікацыі. Музычная ж адукацыя, на жаль, не з'яўляецца ў большасці выпадкаў для большасці асоб асновай матывацыі, штуршком для фарміравання цікавасці да акадэмічнай музыкі і, адпаведна, наведвання філармоніі, хоць і служыць пэўным «лікбезам» у сферы музычнага мастацтва. Нашы першыя сацыялагічныя даныя дазваляюць сказаць, што музычныя інтарэсы ў галіне акадэмічных жанраў

фарміруюцца ў асноўным пад уплывам трох феноменаў эстэтычнага ўспрымання: «музейнасці» (гукавага ўзнаўлення мінулага), «спантаннай эўрыстыкі» (стварэння новай гукавай «матэрыі») і неабходнасці калектыўнай «эмацыянальнай разрадкі» дзякуючы музыцы (сублімацыя псіхічнай энергіі, стрэсавых перагрузак, што ўзнікаюць у працэсе жыцця, дзейнасці). Рэальнае ж музычна-эстэтычнае і канцэртнае жыццё Мінска не заўсёды і не па ўсіх трох сацыяльна-псіхалагічных параметрах развіваецца адэкватна грамадскай музычнай думцы.

Дзіўная сітуацыя, бо музычна-эстэтычная свядомасць ужо гатовая, падрыхтаваная для «высакай каснага» (ці можа быць інакш!) успрымання музыкі, ды і ўсяго мастацтва, усяго таго, што яно нам дае: асабістае і ўсеагульнае адкрыццё руху часу, сілу для духоўнага росту, паглыбленне сувязі паміж людзьмі, сацыяльны аптымізм... Карацей кажучы, публіка адчувае, уяўляе, ведае, якімі павінны быць сёння музычная творчасць і выканальніцкае майстэрства. Так і тут: актуальныя і патэнцыяльныя наведвальнікі філармоніі звычайна гатовы да эмацыянальнага ачышчэння музыкай, да максімальнай разнастайнасці рэпертуару, да такога яго выканання, каб яно рабілася падзеяй. Нарэшце, яны чакаюць і так звананага «музейнага», і гэтаксама вострасучаснага афармлення ўсіх элементаў сустрэчы з філармоніяй — ад славутай вешалкі да тонкасцей інтэр'ера і кветак. Але менавіта тонкасцей, той самай, часам няўлоўнай грані культуры, што нібы нечакана адбіваецца ў графіцы праграмак, у ветлівасці білецэраў, у гусце, з якім падабраны плафоны, ручкі на дзвярах, у шматлікіх іншых «дробязях», не стае ў нашым музычным цэнтры. І галоўнае, тонкасцямі не вызначаецца яго самы вялікі мастацкі калектыў — Дзяржаўны акадэмічны сімфанічны аркестр БССР, прафесійны ўзровень якога, увесь комплекс яго сацыяльна-эстэтычных вартасцей заўсёды быў, ёсць і, спадзяёмся, будзе крытэрыем узроўню музычнай культуры рэспублікі. Дык вось менавіта ад аркестра і ад музыкі, якую ён выконвае, у слухачоў не заўжды ўзнікаюць найлепшыя ўражанні. А дастаткова яму толькі раз нечага не «дацягнуць», — і пойдучь кругі ў грамадскай думцы. Як нідзе, тут патрэбны дасканаласць, пранікнёнасць, самаадданасць арганізатараў і артыстаў, якія па драбках, нібы з цаглінак духоўнасці памагаюць узводзіць будынак музычнай культуры сацыялізму, а таксама культуры адносінаў з «інстытутам добрага настрою», чым падаецца філармонія.

Мінская публіка кладаціца пра змест канцэртаў. Так, іх праграма прывабіла 43 % анкетаваных. Што яшчэ клікала жыхароў горада ў філарманічную залу? Прыходзілі паслухаць саліста (29 %), цікава правесці вечар (25 %), з-за асаблівай атмасферы ў «храме музыкі» (16 %), на дырыжыраванне пэўнага майстра (13 %), па парадзе сяброў (3 %), як удзельнікі культпаходу (1,5 %).

Як бачым, паводзінамі публікі кіруе комплекс умоў з невялікім вылучэннем «змястоўнага» стымулу, і сёння, каб «прымусіць» слухача патраціць вечар на філармонію, трэба ўлічваць не толькі гэтыя ўмовы, але яшчэ шмат што. Галоўнае — што свядомасць і падсвядомасць патэнцыяльнай публікі штодзень «бамбардзіруецца» эфірам. Ён самы актыўны сродак, які арыентуе музычныя паводзіны аўдыторыі, — сродак «будзённым», пастаянным і таму моцным.

А філармонія — гэта ж свята. І кіраўніцтва яе ня мала зрабіла, каб свята ўдавалася на кожным канцэрте. Святочная ўрачыстасць тым больш значная, калі зноў згадаць перашкоды, якія замінаюць часцей бываць у філармоніі. Акрамя тэлебачання — «хатняга канцэрта» і «цяжкасці дастаць білеты» найсур'езнейшая прычына — дэфіцыт часу. Шматлікія абавязкі ў вольную гадзіну, ладныя адлегласці, якія даводзіцца адольваць у сталічным горадзе з яго напружаным рытмам жыцця, вымагаюць фізічных і духоўных сіл, пачуццяў, эмоцый. Таму гараджанін справядліва чакае, што філармонія стане своеасаблівым асяродкам рэкрэацыі, якая мае маральны і эстэтычны плён, эфектыўна спрыяе фарміраванню музычна-мастацкай свядомасці. Бо нідзе інакш, як у зале, не ўзнікае тое трапяткое калектыўнае паглыбленне ў працэс, якое мы заўважаем і ў музеі, і ў тэатры, і нават у прыцемках кіназалы. А гэтае паглыбленне — грамадская неабходнасць, без якой цяжка ўявіць высокую адухоўленасць мас.

Значыць, вось якія сацыяльныя феномены ўспрымання філарманічных канцэртаў як бы «недабіраюць» у рэальнай практыцы. Па-першае, у сэнсе «музейнасці» недастаткова тонкасці формы. Гэта значыць, бракуе эстэтыкі не толькі ў дэталях афармлення філармоніі — інтэр'ера залы, сцэны, адзення артыстаў, але і ў тым, што адсутнічаюць кіёскі у фая, каментарыі, фота- і мастацкія выстаўкі, гукавая рэклама ў антрактах, дызайн і да т. п. Бракуе таксама бездакорнага выканальніцкага ўзроўню беларускіх салістаў і калектываў.

Па-другое, у сэнсе «спантаннай эўрыстыкі» як адкрыцця рэчаіснасці і адносінаў паміж людзьмі хранічна не хапае вострасучаснай паводле зместу і сродкаў інтэрпрэтацыі музыкі, якая давала б штуршок для палёту думкі і якая была б разумелая не толькі «экспертам», «музычнай эліце», але — і масам. Настала пара голасна абвясціць сацыяльны заказ на сапраўдную глыбінную кампазітарскую інтэлігентнасць, гістарычную дапытлівасць, грамадзянскую чуйнасць, чалавечую пранікнёнасць пры стварэнні сучасных музычна-эстэтычных каштоўнасцей. Іншымі словамі — на яркую і нацыянальна самабытную прафесійную музыку, якая дапамагала б вырашаць надзённыя эканамічныя і сацыяльныя задачы.

Вось такія сацыялагічныя аспекты дэфіцыту «лішняга» білета, які мы з радасцю павінны павялічваць дзеля ўзвышэння духоўнасці нашай культуры.