

Светлана Витальевна ЛАВРОВА / Svetlana LAVROVA

| Неоконцептуализм в новой музыке XXI века: идея как товар, творческий почерк как торговая марка / Neo-Conceptual Art in New Music of the XXI Century: Idea as a Commodity, Creative Writing as a Trademark |

Светлана Витальевна ЛАВРОВА / Svetlana LAVROVA

*Академия Русского балета им. А.Я. Вагановой, Санкт-Петербург, Россия
Кандидат искусствоведения, проректор по научной работе и развитию**Vaganova Ballet Academy, Saint-Petersburg, Russia
Ph.D. in Art Sciences, Vice-Rector for Research and Development
slavrova@inbox.ru***НЕОКОНЦЕПТУАЛИЗМ В НОВОЙ МУЗЫКЕ XXI ВЕКА: ИДЕЯ КАК ТОВАР,
ТВОРЧЕСКИЙ ПОЧЕРК КАК ТОРГОВАЯ МАРКА**

Статья посвящена новым технологиям в музыке XXI века, копирующим известные способы производства в условиях мировой глобализации. В статье анализируется творчество композитора-неоконцептуалиста Й. Крайдлера, который на примере одного из своих сочинений доказывает, что идея стоит дороже исполнения. В пьесе «Fremdarbeit» («Аутсорсинг») композитор продает в качестве предмета композиторского творчества идею использования труда людей из стран третьего мира, вовлеченных в общий художественный процесс. Частью рекламной кампании, да и собственно перформативной составляющей пьесы становится трансляция замысла и объяснение самим композитором концепции, предваряющие исполнение. Основным выводом из проведенного в статье анализа заключается в том, что в современном композиторском творчестве и, в частности, в примере Крайдлера идея выступает в качестве товара, а творческий почерк композитора становится аналогом торговой марки.

Ключевые слова: новая музыка, современные креативные технологии, медиа-арт, неоконцептуализм.

**NEO-CONCEPTUAL ART IN NEW MUSIC
OF THE XXI CENTURY: IDEA AS A
COMMODITY, CREATIVE WRITING AS A
TRADEMARK**

The article is devoted to the new technologies in the music of the XXI century, copies known modes of production in a globalizing world. The article analyzes the work of the composer-neo-conceptual artist J. Kreidler. In composition «Fremdarbeit» («Outsourcing») composer sells as a matter of composing art the idea of using human labor from Third World countries involved in the overall artistic process. The main conclusion of the analysis carried out in the article: the idea in contemporary composition acts is a commodity. A creative composer's handwriting becomes an analogue of the brand.

Key words: new music, modern creative technology, media art, neo-conceptual art.

Существование арт-рынка в том или ином своем виде имеет давнюю историю. Успешная промокампания позволяет обрести

известность и популярность, которые во многих случаях не зависят от содержательной стороны самого художественного продукта – то есть произведе-



Светлана Витальевна ЛАВРОВА / Svetlana LAVROVA

| Неоконцептуализм в новой музыке XXI века: идея как товар, творческий почерк как торговая марка / Neo-Conceptual Art in New Music of the XXI Century: Idea as a Commodity, Creative Writing as a Trademark |

дения искусства. Между тем, нередко истинные таланты при жизни не находят признания, а финансовая успешность того или иного творческого проекта – вовсе не отражает художественной ценности и не является гарантом того, что спустя множество лет он не утратит своей актуальности. История искусства знает множество примеров, когда после смерти художник становился известным, его картины продавались с аукционов за невероятные деньги для «скромного гения» всю жизнь сражавшегося с нуждой и лишениями. Так, например, Рихарду Вагнеру, чьи оперные постановки сегодня сулили бы немалые авторские отчисления, всю жизнь не хватало денег, он скрывался от кредиторов, попадал в долговую яму. Расточительство, присущее, по словам современников, немецкому композитору, в сегодняшней ситуации востребованности его творчества, вполне могло бы компенсироваться финансовой успешностью его музыки, выдерживающей великое множество оперно-режиссерских и дирижерских интерпретаций.

Для современного композитора ситуация не претерпевает кардинальных изменений и в наступившем XXI веке: будучи зависимым от востребованности конечного художественного продукта, мало кто может прожить за счет творчества, не занимаясь чем-либо сопутствующим композиторскому ремеслу: аранжировками, преподаванием или даже музыкально-критической деятельностью. Композитору, желающему обрести известность, не ограниченную узким кругом профессионалов, сегодня необходимо найти оригинальную творческую концепцию и яркий художественный концепт, способные выступить в роли доминантных точек авторской «рекламной кампании». Первоначально необходимо выяснить то, что может быть интересно среднестатистическому потребителю современного искусства, учитывая допустимую степень маргинальности и элитарности и одновременно принимая во внимание социальные проблемы, волнующие общество в целом и мыслящего индивидуума – в частности. Эта сложная задача

сегодня находит свое решение в музыкальном неоконцептуализме. Именно концепт как «смысловой сгусток» способен свести масштабную идею к логотипу – кратчайшему пути к сознанию потребителя. Гигантский информационный поток, атакующий сознание современного человека, делает невозможным длительное усваивание информации и требует принципиально иного подхода к восприятию. Принцип «окон», предлагаемый в массово используемой операционной системе “windows”, позволяет переключаться от одного источника информации к другому через клик по соответствующей иконке с логотипом. Он действует аналогично когнитивным процессам коротких схем памяти.

Искусство цифрового века является репрезентацией принципиально новой эстетики информационной эпохи, где оно представлено в виде гигантской по объему базы данных. Утрата ауры как неотъемлемая черта современного процесса художественного творчества, отмеченная Вальтером Беньямином в его известном эссе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» 1936 года – актуальное свойство современности. Процесс виртуализации, появление искусственной реальности – своего рода имитация воздействия объектов на субъекта и реакции последнего на воздействие. Искусство технологизированной современности, начавшееся с изобретения фотографии и появления звукозаписи, положило конец уникальности и утвердило принцип репродукции. Дальнейшим шагом стали цифровые технологии, которые довели принцип воспроизводимости до невиданных ранее масштабов.

После вступления Интернета в фазу Web 2.0 – методики проектирования систем, в которых за счет учета сетевых взаимодействий основным принципом становится переход количества в качество. Особенность Web 2.0 – принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке информационного материала. Сеть становится составной частью сферы искусства, а художник сегодня сосредоточен на Сети как



Светлана Витальевна ЛАВРОВА / Svetlana LAVROVA

| Неоконцептуализм в новой музыке XXI века: идея как товар, творческий почерк как торговая марка / Neo-Conceptual Art in New Music of the XXI Century: Idea as a Commodity, Creative Writing as a Trademark |

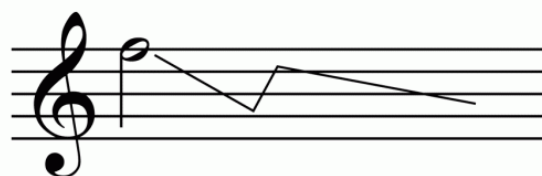
на инструменте тиражирования и самопрезентации. Социальные феномены сетевого искусства и современного искусства в информационном поле глобальной сети «интернет» отражаются в методах рекламной кампании неоконцептуализма.

Молодое поколение композиторов не только активно использует медиа-технологии, но и провозглашает новую эру концептуального искусства, где идея первична по отношению к исполнению. Показательно, что по мере развития индивидуальных систем и авторских композиторских технологий в какой-то момент вновь возникает потребность в ярких оригинальных идеях, не всегда требующих адекватного воплощения. Одним из направлений в новой музыке наступившего XXI века становится неоконцептуализм, а концептуализация композиторского мышления является общей тенденцией новой музыки в целом. Доминантные точки рекламной кампании неоконцептуализма – это: во-первых, использование сети «интернет» в качестве основной площадки для самопрезентации, а во-вторых – освещение определенных социально-политических и экономических проблем через посредничество яркой концептуальной идеи, способной превратить обыденную жизненную ситуацию в предмет художественного творчества и эстетического удовольствия от оригинальности концепта.

В качестве образца музыкального неоконцептуализма конца XXI века обратимся к творчеству немецкого композитора Йоханнеса Крайдлера (1980), который блестяще провел саморекламную кампанию и добился высоких результатов продвижения художественного продукта, в том числе, получивших и финансовое выражение. Композитор – экспериментатор и художник – окончил Фрайбургскую Высшую школу музыки у Матиаса Шпалингера и прошел курс электронной музыки в Koninklijk Conservatorium, занимался философией и историей искусства в университете Фрайбурга. В его композиторском арсенале работа над музыкальным программированием, композиции из различных электроакустических элементов и архивов

звукозаписей. Творчество, доказывающее правомерность существования концептуализма в новой музыке XXI в., представлено на ведущих международных фестивалях: в Дармштадте, Донауэшингене и Gaudeamus Music Week. Свои творческие поиски он ведет как в практическом, так и в теоретическом русле.

one step further



144

Рис.6 Й. Крайдлер. Фрагмент партитуры «Graphic Notation Miniatures».

Его искусство погранично: с одной стороны он обращается к саунд-арту и работает в области «Compression Sound Art» (предельно сжатого звукового искусства), с другой стороны, является автором многих разноплановых концептуальных композиций. Используя звуковой архив, «сжимает» коллекции всех песен «Beatles» или всех симфоний Бетховена до одной секунды, или даже до одной доли секунды. В пьесе «Product placement» он сжимает 70200 музыкальных образцов до 33 секунд. Комично то, что Крейдлер пытается официально зарегистрировать и получить для использования авторские права на 70200 образцов музыки через звукозаписывающую компанию GEMA (Gesellschaft für Musikalische Aufführung), и этот факт тоже стал частью концепции и рекламной кампании.



Светлана Витальевна ЛАВРОВА / Svetlana LAVROVA

| Неоконцептуализм в новой музыке XXI века: идея как товар, творческий почерк как торговая марка / Neo-Conceptual Art in New Music of the XXI Century: Idea as a Commodity, Creative Writing as a Trademark |

В 2008 году Й. Крайдлер трансформирует биржевые диаграммы в мелодическую линию, утверждая, что именно таким образом можно «услышать песнь кризиса»¹. Биржевые графики и диаграммы в его интерпретации напоминают «нотацию без музыки», которую он и пытается озвучить. Японские свечи, крестики-нолики, волны Эллиота, которые визуализируют ход торгов на бирже², вызывают аналогии с графическими партитурами. Колебаниями цены характеризуется ход торгов, а колебаниями в единицу времени – высота звуков. Паузы характеризуют процесс отказа от продаж/покупок, представляя элемент тактической тишины на бирже. С точки зрения неоконцептуализма, деньги, подобно музыке, представляют собой лишь систему знаков. «Нота – это ценная бумага и знак нотации одновременно»³. Й. Крайдлер не только присвоил определенные ноты колеблющимся индексам, но и использовал для своего произведения данные по крупным компаниям. Благодаря его творческой обработке теперь можно услышать, с каким звуком «падали» и Lehman Brothers, и General Motors, и Bank of America в 2009 г.⁴. Это оригинальная концепция стала музыкальным сопровождением к экономическим катаклизмам и завоевала популярность на сервисе YouTube. Практически это выглядело таким образом: композитор пропустил показатели различных биржевых индексов, таких как, например, Nikkei, через музыкальную программу SongSmith компа-

нии Microsoft. Как он объяснил в интервью BBC World Service⁵, эта программа представляла собой не более чем инструмент, а все остальное «сделали рынки». Затем он обработал получившиеся мелодии, подобрав аранжировки в различных жанрах легкой музыки, например «в стиле самбы, или фокстрота»⁶. Кроме индексов Dow Jones, Nikkei, Dax и Nasdaq для своего произведения Й. Крайдлер использовал графики по безработице в США, а также данные о состоянии крупных компаний. По словам композитора, он хотел вызвать у людей определенную реакцию, «преобразовав нынешний финансовый кризис в музыкальную форму»⁷.

В концептуальном цикле «Graphic Notation Miniatures» («Нотно-графические миниатюры») идея состоит в том, чтобы свести музыкальную композицию к элементарным геометрическим фигурам, таким как круг, прямоугольник, треугольник. Эти фигуры определили визуальную стратегию XX в.: от кубизма до дизайна логотипа. Элементарная предельно минимизированная музыкальная нотация в его интерпретации превращается в уникальный изобразительный язык⁸.

Концептуальная пьеса «Minusbolero» (2010-14) (Болеро М.Равеля без мелодии) для симфонического оркестра представляет существующий материал равелевского Болеро, однако с исчезнувшей

¹Kreidler J. SongSmith: Financial crisis soundtrack composed from tumbling share price graphs [Электронный ресурс] URL:

<http://www.telegraph.co.uk/technology/4452251/SongSmith-Financial-crisis-soundtrack-composed-from-tumbling-share-price-graphs.html> (дата обращения 20.02.17)

²Филатов Д.А. Моделирование и анализ финансовых рынков на основе методов нелинейной динамики: дис. ... канд. эконом. наук / Д.А. Филатов. Воронеж, 2007. С. 18–21

³ Гузев И.А. О биржевых мотивах и предвосхищении хода торгов // Экономічний нобелівський вісник. 2014. № 1 (7). С.133-137.

⁴ Там же. С.135.

⁵ Reeg C. The Sound of Tumbling Stock Prices PRI's The World. [Электронный ресурс] URL:

<http://www.pri.org/stories/2011-11-04/sound-tumbling-stock-prices> (дата обращения 5.06.2016)

⁶ Kreidler J. SongSmith: Financial crisis soundtrack composed from tumbling share price graphs [Электронный ресурс] URL:

<http://www.telegraph.co.uk/technology/4452251/SongSmith>

⁷ Reeg C. The Sound of Tumbling Stock Prices PRI's The World. [Электронный ресурс] URL:

<http://www.pri.org/stories/2011-11-04/sound-tumbling-stock-prices> (дата обращения 5.06.2016)

⁸ Kreidler J. Graphic Notation Miniatures [Электронный ресурс] URL: <http://www.sheetmusic-kreidler.co> (дата обращения 5.06.2016)



Светлана Витальевна ЛАВРОВА / Svetlana LAVROVA

| Неоконцептуализм в новой музыке XXI века: идея как товар, творческий почерк как торговая марка / Neo-Conceptual Art in New Music of the XXI Century: Idea as a Commodity, Creative Writing as a Trademark |

темой⁹. Эта пьеса демонстрирует концепцию композитора «Музыки в музыке». Именно так называется опубликованный в 2012 г. сборник его теоретических статей¹⁰.

В своих теоретических работах он пишет об основаниях нео-концептуализма. Композитор полагает, что концептуализм в новой музыке представлен не только творчеством Дж. Кейджа, а весьма широко и многообразно. Образцы концептуального искусства – это и «Поэма для 100 метрономов» Д. Лигети, и раннее творчество С. Райха, и композиции Э. Люсьера, и многое другое. На современном этапе линия концептуализма продолжается в творчестве П.Аблингера, Б. Ланга, Т. Джонсона, К.Марклея. «Музыка в музыке» – принцип использования уже существующего материала, но концептуально преобразованного. Оригинальная идея для композитора стоит значительно выше «оригинальности» самой музыки. Сегодняшнее время наглядно демонстрирует ситуацию «Музыки в музыке», когда наступает время оригинальных идей для создания из «готового» материала всевозможных бриколажей. Постмодерн, считает Й.Крайдлер, это диагноз современности, в соответствии с которым сегодня производятся всевозможные Re-миксы. Готфрид Бенн, заявивший, что «искусством будущего будет коллаж», был значительно дальновиднее, чем мы думали, так как документальным архивом XXI в., станет не что иное, как звуковой архив глобальной сети Интернет¹¹.

В лекции «Тезисы концептуализма»,¹² прочитанной в Гарвардском Университете, компози-

тор определяет основные положения неоконцептуального искусства. Первый тезис: понятие определяется смелостью идеи. Второй – касается уже непосредственно идеи: она состоит в том, что сегодня именно машина создает произведение искусства. Третий тезис: концепция – это алгоритм, который применяется к машине, понимаемой в делёзовском смысле. Машина концептуального мышления – это «диаграмматическая или абстрактная машина», которая не функционирует для того, чтобы репрезентировать нечто реальное... «Это Реальное/Абстрактное коренным образом отличается от «фикциональной абстракции и от предположительно чистой машины выражения»¹³. Материалом для машины становится всеобщий художественный архив, согласно его четвертому тезису. «Основу производства» составляют риторические приемы, формальные конструкции, реди-мейды или случайный материал. Пятый и шестой тезисы взаимосвязаны: для каждого физически проявляющего себя исполнения произведения искусства существует множество неисполненных и неисполнимых вариантов. Согласно седьмому тезису, чувствительность восприятия лишь один из возможных используемых аспектов в создании композиции, но отнюдь не основной и не единственный. Каждая композиция новой музыки представляет собой концептуальную акцию – утверждает Й. Крайдлер, ссылаясь на своего учителя М. Шпалингера. Согласно девятому тезису, далеко не все концептуальные идеи, возникающие в творческом воображении художника, должны быть реализованы: они существуют для образования альтернативных концепций, которые могут составить параллельный план композиции. Тривиальную идею, согласно одиннадцатому тезису, невозможно исправить выразительным дизайном или качественным испол-

⁹ Kreidler J. Mit Leitbild?! Zur Rezeption konzeptueller Musik 2013 Erschienen // Positionen 95. 2013. S. 29–34.

¹⁰ Kreidler J. Musik mit Musik Wolke Verlagsges. Mbh, 2012. 256 s.

¹¹ Kreidler J. Musik mit Musik Abgedruckt in: Darmstädter Beiträge zur Neuen Musik 21 (Juli 2012)

¹² Kreidler J. Sentences on Musical Concept-Art (2013) Lecture, given at the Conference "New Perspectives on New Music" at Harvard University [Электронный ресурс] URL: <http://www.kreidler->

[net.de/theorie/Kreidler__Das_Neue_am_Neuen_Konzeptualismus](http://www.kreidler-net.de/theorie/Kreidler__Das_Neue_am_Neuen_Konzeptualismus). (дата обращения 5.06.2016)

¹³ Делёз Ж. Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения. Книга 2. Тысяча плато. Екатеринбург: У-Фактория, 2007. С. 148.



Светлана Витальевна ЛАВРОВА / Svetlana LAVROVA

| Неоконцептуализм в новой музыке XXI века: идея как товар, творческий почерк как торговая марка / Neo-Conceptual Art in New Music of the XXI Century: Idea as a Commodity, Creative Writing as a Trademark |

нением, а испортить хорошую идею – напротив, довольно сложно. Сама по себе импровизация и спонтанность, полагает Й. Крайдлер, не может быть музыкальной концепцией без какой-либо внешней руководящей идеи.

Музыкальный концептуализм, согласно следующему тезису, является своеобразным минимализмом, так как идея не что иное как «наименьшее возможное целое». Только в новой музыке нередко появляется вопрос о том, является ли она музыкой в действительности, в связи с чем, полагает композитор, чем «немузыкальнее» будет композиция, тем лучше, провокационнее и оригинальнее. Границы музыкального концептуального искусства весьма размыты, как и собственно границы искусства как такового, так как современные художественные практики невероятно многообразны.

Й. Крейдлер утверждает, что сегодня многие звуки обладают вполне устойчивыми значениями, и историко-стилевой принадлежностью, которые не позволяют им выступать в новом качестве. Эволюционные возможности на параметрическом уровне оказываются минимальными, а инновационный потенциал сегодня скрыт в контекстуальных возможностях. Сам же музыкальный инструмент, с позиции Крейдлера является «формой», и лишь срединный путь, проходящий через использование современных технологий и медиа, открывает сегодня новые возможности. Задача современного художника – реферировать между спецификой звука, параметрами которого он озадачен и его преобразованием; структуралистскими и семантическими установками, аналогичными соотношению репрезентативной и абстрактной живописи. Композитор представляет музыку в контексте медиальных форм, обусловленных существованием цифровых технологий. Звук в его живом звучании коренным образом отличен от его цифровой фиксации в записи («Письмо и различие» Ж. Деррида). Весьма существенным фактором становится акт присвоения или «экспроприация» так называемой внешней музыки. При этом необходи-

мо отметить, что вопрос отчуждения авторских прав для композитора становится одним из элементов интеллектуальной игры.

Своеобразным апогеем неоконцептуализма для Крайдлера становится композиция «Fremdarbeit» (Аутсорсинг – дословно: найм иностранной рабочей силы). Это пьеса, премьера которой состоялась в 2009 г. в США, написана для небольшого инструментального состава: флейты, электронной клавиатуры, виолончели и перкуссии, в трех частях. На ее примере композитор убедительно доказывает, что идея стоит намного дороже, чем ее реализация. В предшествующей саморекламной кампании он ориентируется на социально-политические проблемы, которые волнуют общество. Это уже не ироничное прочтение биржевых графиков, но, аналогичная по сути, трансформация трагического (с точки зрения отдельного члена человеческого общества, причастного к миру финансов и претерпевшего фиаско) – в фарс. Трагично финансовое положение и низкая оплата труда в странах третьего мира, заставляющие человека соглашаться на унижительный копеечный контракт, предложенный автором «гениальной идеи» композитором Йоханнесом Крейдлером. Композитор получил заказ на 2000 долларов музыкального фестиваля Klangwerkstatt в Берлине. Основой концепции стало создание музыки наиболее дешевыми средствами и продажа идеи за наибольшую цену. Частью рекламной кампании, да и собственно перформативной составляющей пьесы, становится трансляция замысла и объяснение самим композитором концепции, предваряющее исполнение: «Дамы и господа, Вы должны не просто слушать музыку; Вы должны знать что-то об этом! Одно лишь упоминание в программке будет явно недостаточно. Именно презентация позволит Вам понять музыкальную концепцию»¹⁴. Далее автор расска-

¹⁴ Iddon M. Outsourcing Progress: on conceptual music // Tempo Volume 70, Issue 275 January 2016. Pp. 36-49, p. 38.



Светлана Витальевна ЛАВРОВА / Svetlana LAVROVA

| Неоконцептуализм в новой музыке XXI века: идея как товар, творческий почерк как торговая марка / Neo-Conceptual Art in New Music of the XXI Century: Idea as a Commodity, Creative Writing as a Trademark |

зывает историю создания, одновременно являющуюся неотъемлемой частью концепции и композиции. Для первой части пьесы Крейдлер на просторах интернета нашел композитора, специализировавшегося на написании музыкальных композиций по особым случаям: на свадьбы и похороны. Таким образом, исполнителем заказа стал китайский композитор Ся Нон Ксианг. Крейдлер согласился заплатить стандартную плату Сяну в размере \$ 10, чтобы тот попытался создать произведение в стиле «Крейдлер» предоставив соответствующие образцы своей музыки для копирования.

Для второй части Крейдлер заключил контракт с Рамешем Мюррайбаем, инженером-программистом из Индии с опытом работы в области программирования для аудио-систем. По завершении контракта в Германии он был вынужден вернуться в Индию. Мюррайбай согласился за вознаграждение в размере \$ 15 создать технологию, генерирующую программное обеспечение, которое будет обладать способностью тиражирования стиля Крейдлера. Без колебаний он начал работу за \$ 15, так как ему было необходимо содержать в Индии жену и четверых детей. Для этого Мюррайбаю пришлось проанализировать множество примеров музыки Крейдлера с целью определения процентного состава стилевых компонентов, динамики, темпов и тембров. В процессе изучения выяснилось, что музыка немецкого композитора состоит на 25% процентов из сэмплов, которые в свою очередь включают 70% элементов поп-музыки, 20% речи, и 10% классической музыки. Оставшиеся 75% занимает инструментальная музыка, в которой 53% пуантилистической техники и 23% линейной со сложно определяемой структурной составляющей. Процентная шкала громкости представлена 46% умеренного объема, 39% громких звуков, 15% тихих¹⁵. Крейдлер использовал это программное

обеспечение для создания второй части из музыки первой части. Для третьей части, Крейдлер заключил еще один контракт о сотрудничестве, согласно которому Сян создал еще одну композицию с помощью программного обеспечения Мюррайбая с дополнительным условием, что в композицию будут включены фрагменты рэгтаймов и пения Марии Каллас. Для этого Крейдлер дополнительно выплатил еще \$ 45, в результате чего его общая стоимость композиции возросла до \$ 90.

В одном из интервью, Крейдлер высказывает следующие мысли по поводу привлечения дешевой иностранной рабочей силы и процессов глобализации: «Ну: что такое глобализация для вас? Эта клавиатура была, вероятно, также сделана в Китае и здесь в Германии она продается по значительно более высокой цене. Одежду, которую я ношу привозят из стран третьего мира и она продается за значительно большие деньги. Это система, которую мы используем и против которой никто уже давно не возражает. Конечно, то, что вы услышите – это моя музыка, так как я купил ее. С юридической точки зрения это моя собственная запатентованная идея. И, конечно же, никто не владеет произведением искусства.<...> Музыканты-исполнители также вовлечены в процесс глобализации: они играют на инструментах, созданных в результате многовековых технологических разработок»¹⁶. Принцип аутсорсинга, как утверждает Крейдлер, имеет давнюю историю: Питер Пауль Рубенс – исторический пример принципа воспроизводства силами более низкооплачиваемых художников. В США все больше художников поручают изготовление своих работ компаниям, использующих коммерческих иллюстраторов – дизайнеров рекламных граффити и афиш. Наиболее предприимчивые из них отдают свои работы на аутсорсинг таким компаниям, как например, Colossal Media, Monorex или Overall Murals. В качестве примеров успешного использования

¹⁵ Iddon M. Outsourcing Progress: on conceptual music // Tempo Volume 70, Issue 275 January 2016, pp. 36-49 p. 39

¹⁶ Ibid P. 40.



Светлана Витальевна ЛАВРОВА / Svetlana LAVROVA

| Неоконцептуализм в новой музыке XXI века: идея как товар, творческий почерк как торговая марка / Neo-Conceptual Art in New Music of the XXI Century: Idea as a Commodity, Creative Writing as a Trademark |

метода креативной индустрии, на который отчасти ориентируется и Крейдлер, можно привести творчество художников прекрасно продаваемого на арт-рынке концептуалиста Дэмиена Херста или автора эстетско-интеллектуальных комиксов Роя Лихтенштейна.

Так же, как и для этих художников, добившихся мощного финансового успеха, для Крейдлера решающее значение имеют два фактора: первый – это выбор самого материала, а второй – способ работы с ним. Идея «медиа-дезориентированных» звуковых объектов, вступающих в коммуникацию лишь при особом способе его концептуальной обработки, для Крейдлера представляется наиболее привлекательной. Предпочтительный выбор материала – это популярная музыка, которая одновременно и легко узнаваема и, с другой стороны, не имеет конкретной средовой принадлежности: она свободна от качества, сама по себе вторична и потому, по словам самого композитора, позволяет «воровать без каких-либо угрызений совести», отчуждая и фрагментируя, что позволяет ускользать от выяснения авторских прав. Он выбирает фрагмент, продолжительностью 0,04 или 0,5 секунды. В зависимости от этого, мы воспринимаем один звук частично, предполагая наличие внутренней связи между объектами. А восприятие, в таком случае, колеблется между абстрактным и объектным. При этом в роли «переключателя» уровней может выступать инструментальный ансамбль. Художественный объект, образующийся во взаимодействии абстрактного и объектного, в какой-то момент начинает сам генерировать идеи, которые возникают как продолжение его самого. И в этом качестве – возможности продолжения, его богатого внутреннего потенциала состоит ценность и первенство идеи.

Подводя итоги, следует объяснить коммерческий успех неоконцептуализма, основывающийся на обесценивании процесса создания произведения искусства в противовес невероятному удорожанию идеи. Идея, являющаяся в данном случае не только товаром, но и основным средством рекламной кампании, ориентирована на политические, социальные, и отчасти, на художественные проблемы, такие как: использование дешевого иностранного труда, процессы глобализации (в случае с аутсорсингом) и ироничный, в духе постмодернистской реконструкции, пересмотр экономических катаклизмов («песнь кризиса»), «Смерть автора» и проблемы с отчуждением авторских прав («Product placement» и «Minus – bolero»). Творческий почерк, который все же определяется не только генерированием идей, но и некоторым композиторским ремеслом, работает как торговая марка в пьесе «Fremdarbeit».

Современное общество потребления, ориентированное в той или иной степени на индустрию развлечений, желает и в новой музыке видеть интересную яркую идею и концепцию, в которую встроена какая-либо «занимательная история» с политическим и финансово-социальным подтекстом. Музыкальный неоконцептуализм, проиллюстрированный в данном случае творчеством Крейдлера, оказывается наиболее ярким примером того, как идея выступает в роли товара. Творческий почерк, сформировавшийся в результате доконцептуалистского творчества композитора, в процессе освоения современных композиторских техник, вполне может выступать в качестве торговой марки. Она (торговая марка) подлежит копированию. При этом в процессе производства используется дешевая рабочая сила из представителей стран третьего мира. Дешевые подделки брендов из Китая стали проекцией Крейдлера для копирования способа воспроизводства, где интеллектуальный продукт/идея, как бренд, ценится дорого.

