

Почему замолкает музыка?

Норманн Лембрехт. Кто убил классическую музыку? История одного корпоративного преступления / Пер. с англ. Е. Богатыренко.
М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 588 с.

Книга британского музыкального обозревателя Нормана Лембрехта «Кто убил классическую музыку» (оригинальное название «When the Music Stops») была, если верить предисловию к русскому изданию, невероятно популярна на Западе. Причина, как утверждается, в том, что автору удалось не просто зафиксировать кризисное состояние академической музыки, но и «назвать виновников», осветить закулисный мир музыкального шоу-бизнеса, о существовании которого большинство слушателей даже не задумывается. Существует, тем не менее, нечто, говорится все в том же предисловии, делающее книгу Лембрехта чем-то большим, нежели простым сборником скандальных историй. Она – возможно, первая серьезная попытка социоэкономического анализа классической музыки. «Современная концертная жизнь... рассматривается здесь именно как бизнес, как лишенная сантиментов деятельность по производству и продаже товара... рассматривается предельно трезво, без дежурных комплиментов и восторгов перед выдающимися мастерами исполнительского искусства, имена которых упоминаются лишь в контексте деловых отношений»¹.

Впрочем, без сантиментов все-таки не обошлось. Пусть имеют они вовсе не восторженно-умилительную направленность, а скорее обратную – Лембрехт то и дело прерывает изложение, дабы с гневом обрушиться то на «бездушность» современного исполнительства, то на недостаток подлинной любви к искусству, – природа их остается все та же, сентиментальная.

К счастью, этими эмоциональными всплесками содержание книги Лембрехта отнюдь не исчерпывается. По большому счету, проделанная автором работа заслуживает немалого уважения: прослеживается двухзвенная история музыкального бизнеса, делается попытка исследовать музыкальную индустрию в разных ее аспектах, начиная с концертной деятельности и заканчивая звукозаписью; осуществление всех этих задач не

¹ *Дуков Е., Левин Л.* Предисловие к русскому изданию. – В кн.: *Лембрехт Н.* Кто убил классическую музыку? с. 6.

обходится, разумеется, без привлечения обширного фактического материала, который заслуживает внимания и сам по себе. Страницы книги наполнены увлекательными историями, где в роли действующих лиц выступают знаменитые исполнители, дирижеры, певцы, а также люди куда менее известные, но не менее значительные – агенты, менеджеры, им-пресарио и звукорежиссеры.

С самого начала Лембрехт объявляет о кризисе классической музыки и недвусмысленно указывает на его симптомы: залы по всему миру пустеют, репертуары беднеют, исполнение классической музыки перестает приносить выгоду, уровень жизни музыкантов стремительно падает, оркестры вымирают один за другим, а выжившие едва сводят концы с концами, в лучшем случае влача жалкое существование на деньги спонсоров. Причины такого положения дел автор намеревается искать главным образом в сложившейся системе звезд и в институте рекламных агентов и менеджеров, «серых кардиналов» классической музыки.

Система звезд характеризуется, грубо говоря, финансовым и социальным неравенством между рядовыми музыкантами и ведущими. Лембрехт описывает историю этого явления, начиная с Листа и Паганини, впервые открывших феномен виртуозного исполнительства, останавливаясь на Гаэтано Беллони, личном секретаре Листа, придумавшем немало эффективных PR-техник, и заканчивая Паваротти, рекламный агент которого изобрел практику сольных концертов, открывшую для звезд новые, беспрецедентные по своей прибыльности сферы заработка и поставившую их в полную независимость от оркестров. Система звезд, таким образом, достигая определенного уровня (т.е. определенной степени социального расслоения между артистами), нарушает естественную взаимозависимость между солирующими музыкантами и сопровождающими: звезды больше не нуждаются в оркестрах, оркестры же, напротив, до крайности нуждаются в звездах, громкие имена которых только и способны привлечь слушателя в концертные залы. В то же время гонорары, требуемые звездами, зарабатываемыми выступлениями на многотысячных стадионах и участием в популярных передачах, таковы, что оркестры едва ли бывают в состоянии их обеспечить.

Что касается менеджеров и рекламных агентов, то область их компетенции на протяжении двух с половиной веков неуклонно возрастает. Если секретарь Гайдна был не более чем казначеем, то секретарь Листа стал фактически прообразом современного агента. Лембрехт последовательно показывает, как по мере развития и бюрократизации индустрии структура взаимоотношений между музыкантом и его агентом видоизменяется, последний с течением времени превращается фактически из обслуживающего персонала в руководителя предприятия: именно от него зависит успех того или иного исполнителя, он принимает все основ-

ные решения относительно концертов, гастролей и т.д. В то же время функции агента, по-видимому, представляются Лембрехту избыточными. «В микроэкономике современной музыки, – говорит он, – доля агентов поглощает ту часть рабочего капитала, которую оперные театры или оркестры могли бы с большей выгодой вложить в новую работу»². При всем при этом удивительного объяснения того, как получилось, что экономически невыгодное явление не только существует на протяжении довольно долгого времени, но и неуклонно прогрессирует, автор не дает. Тема агентов и менеджеров – несмотря на достаточно детальное описание самого явления – вообще остается окутана неким ореолом загадочности: давая однозначно негативную оценку агентского сектора, говоря о необходимости «оздоровления» музыкальной индустрии, Лембрехт так и не подкрепляет свои выводы чем-то более существенным, нежели обвинения в чрезмерной алчности и аморальности.

Но это еще не все. В середине XX века классическая музыка переживает, согласно Лембрехту, своего рода экономической расцвет. Причина этого – государственное финансирование и частное спонсорство. В послевоенной Германии музыка становится символом культурного возрождения страны. Политики предпочитают финансировать именно эту отнюдь не массовую, но традиционно престижную область культуры. В других странах различные предприятия, прежде всего табачные компании, спонсируют концерты классической музыки, стремясь создать своим товарам положительный имидж. С течением времени, однако, оказывается, что спонсорские деньги стали основным источником прибыли оркестров и музыкантов; прекращение финансирования ставит оркестры на грань гибели.

Еще одну угрозу для классической музыки представляют крупные международные корпорации. К концу XX века основная часть концертной и звукозаписывающей индустрии оказывается сосредоточена в руках трех-четырёх больших концернов, таких как SONY или IMG, что низводит значение классической музыки до маленькой и почти несущественной финансовой статьи в многомиллиардных предприятиях. Будущее музыки, сокрушается Лембрехт, зависит теперь от людей, руководимых соображениями максимизации прибыли, а вовсе не служением искусству.

Помимо всего этого автор выделяет и ряд других факторов, повлиявших в той или иной мере на состояние музыкальной индустрии, как, например, появление компакт-дисков, долговечность которых вызвала неожиданный кризис классической звукозаписи, традиционные особенности контрактов между издателем и композитором, изначально

² Лембрехт Н. Указ. соч., с. 242.

ставящие последнего в невыгодное положение, и т.д. Казалось бы, в завершение книги многочисленные сюжеты, обрисованные Лембрехтом на ее пятисотстраничном протяжении, должны каким-то образом сойтись воедино, образовав законченную картину. Странно, но ничего подобного не происходит. Достаточно последовательный по ходу изложения, автор неожиданно путается в противоречиях, когда дело доходит до выводов. Является ли происходящее в музыкальной индустрии логическим продолжением давних процессов, сопутствовавших ее развитию (кои, видимо, являются формирование системы звезд и агентского сектора), или же основной фактор здесь – возникновение некоего принципиально нового микроклимата (скажем, в силу корпоративного поглощения или вливания спонсорских капиталов); губит ли музыку недостаток денег или их переизбыток; кто, в конце концов, должен быть основным потребителем классической музыки, ее естественной экономической опорой – широкие народные массы или узкая элита?

С последним вопросом дела вообще обстоят довольно-таки любопытным образом. Лембрехт не раз говорит о «народном призвании» классической музыки, о ее подлинно демократической, массовой, внеклассовой природе³. В то же время многие его рассуждения, например касающиеся корпоративной угрозы, предполагают, казалось бы, ее заведомо небольшой, по сравнению с поп-музыкой и многими другими развлекательными индустриями, объем в экономике. Причины подобного противоречия коренятся, по-видимому, в несовместимости проповедуемого Лембрехтом (или, во всяком случае, подразумеваемого им) просвещенческого идеала всеобщности и того объективного факта, что классическая музыка едва ли когда-то имела массового потребителя.

Здесь, возможно, кроется главное противоречие книги, противоречие, влекущее за собой все остальные. Говоря о «музыке», Лембрехт никак не может до конца определиться, что же он подразумевает под этим словом – искусство, то есть явление эстетическое, или же товар, объект экономики. Очевидно, что в первом и во втором случаях речь идет о разных вещах – здесь можно вспомнить старую мысль о том, что именно предметы соотносятся со способом их познания, а не наоборот, – и ничто, казалось бы, не мешает Лембрехту заниматься экономическим или социологическим анализом музыки, вовсе не покушаясь на собственные высокие эстетические идеалы. Однако сам автор, видимо, думает иначе: он словно пишет свою книгу с отвращением, и, вышедшая из-под его пера, она оказывается насквозь пронизана пафосом вершащегося святотатства. Посмотрите, словно бы твердит он читателю, перелистывающему

³ См., например: там же, с. 488.

страницы, Музыка, прекраснейшее творение рук человеческих, опустилась настолько, что о ней можно писать как о бизнесе!.. Отсюда становится, в общем-то, понятным неприязненное отношение Лембрехта к менеджерам и рекламным агентам: будучи бизнесменами, работающими в сфере музыки, они олицетворяют для него греховный образ Искусства, прикоснувшегося к деньгам..

Если выбирать между социоэкономическим и эстетическим анализом, то книгу Лембрехта, безусловно, следует рассматривать как пример первого или, во всяком случае, как претензию на таковой. Вопросы же эстетики в его сочинении никакой рефлексии не подвергаются; в то же время, как неожиданно выясняется при чтении последней главы, именно эти-то вопросы и представляют для автора главнейший интерес. Обнищание композиторской мысли, отсутствие новых идей, творческая деградация музыкантов, утрата исполнительского колорита – вот, оказывается, причины каких явлений анализировал Лембрехт на протяжении всей своей книги. Дух рыночной конкуренции убивает якобы истинные творческие устремления. Тут уже перестает казаться удивительным тот факт, что автор не доводит до логического завершения поднятые им темы. Складывается впечатление, что разнообразные сюжеты книги, которые – каждый по-своему – намечают различные исторические тенденции музыкальной индустрии, были выведены вовсе не для того, чтобы осветить истоки случившегося в конце XX века музыкально-экономического кризиса в максимально возможном количестве аспектов, а просто-напросто использовались в качестве риторических приемов, призванных добавить лишние штрихи к образу бизнеса, вытесняющего собой искусство.

Сам Лембрехт, движимый стремлением непременно разоблачить виновников и найти спасительный эликсир, склонен объяснять все неприятности классической музыки сиюминутными причинами, недавними событиями и поступками конкретных людей. В то же время содержание его книги – по крайней мере, та значительная ее часть, где описывается история музыкального менеджмента и системы звезд, – наталкивает на размышления иного рода. Складывается впечатление, что музыка, в той форме, которую она приобрела с появлением в середине XVIII века независимого профессионального сообщества артистов – то есть музыка, организованная как выставленное на продажу зрелище, – изначально заключала в себе возможность будущего кризиса. В конце концов, успех любого зрелища напрямую зависит как от наличия харизматических образов, так и от профессионального менеджмента и маркетинга; с расширением производства потребность в том и другом непременно возрастает. Принимая послышки Лембрехта, мы можем предположить, что являемся свидетелями бедствия, которое было подготовлено 250 лет назад.

Заметим в связи с этим, что кризисная ситуация, описание и объяснение которой пытается дать Лембрехт, не является специфической проблемой классической музыки. Вышедшая в прошлом году книга известного в определенных кругах обозревателя Андрея Горохова «Дыра, прикрытая глянцем»⁴ сильно напоминает произведение Лембрехта как общим лейтмотивом, так и делаемыми выводами. Посвящена она, правда, не академической музыке, а альтернативной. Виновниками в данном случае оказываются крупные концерны звукозаписи, неправильная маркетинговая политика которых препятствует раскрутке талантливых исполнителей и расширению кругозора слушателей, ведет к падению потребительского интереса к новинкам и оборачивается для современной поп- и рок-музыки невозможностью поиска новых форм выражения, поиска, который и составляет для Горохова суть подлинной художественности.

Выше упоминалось о принципиальной несопоставимости разных способов анализа: музыку, понимаемую как экономическое явление, нельзя смешивать с музыкой как предметом искусства. Это верно лишь в определенной степени. Все подобные методы анализа (экономический, эстетический и т.п.) страдают некоторой ограниченностью в том смысле, что заранее приписывают своему объекту – в качестве негласной предпосылки – определенные социальные функции. Можно, однако, рассматривать ситуацию шире: сделать сами социальные функции того или иного явления, в данном случае музыки, предметом исследования⁵. С этой точки зрения становится понятной сущностная зависимость музыки от формы ее институционализации. Ясно, что музыка, организованная как зрелище и выполняющая в обществе соответствующие функции, представляет собой нечто совершенно иное, нежели музыка, предстающая, скажем, в форме ритуального песнопения или элемента церковной службы.

То, что мы условно назвали здесь музыкой-зрелищем, объединяет под собой академическую музыку, рок, джаз и многие другие современные стили. Она имеет специфические, исторически только ей присущие особенности. В отличие от других упомянутых форм, музыка-зрелище ориентирована на слушателя-потребителя, всегда воспринимается как средство творческого самовыражения и сопровождается особым набором ценностей, связанных с идеей новизны. В свете сказанного появляется искушение объяснить бедственное состояние современной музыки,

⁴ Горохов А. Дыра, прикрытая глянцем. М.: «Ad Marginem», 2007. – 96 с.

⁵ Именно такой подход практикует В. Мартынов в своей книге «Конец времени композиторов» (см.: Мартынов В.И. Конец времени композиторов. М.: «Русский путь», 2002).

как академической, так и альтернативной, не столько экономическими причинами, сколько кризисом тех базовых метафор, на которых эта музыка покоится⁶. Во всяком случае проблема кризиса авторства была поднята еще в конце 1960-х годов; кризис идеи прогресса давал о себе знать в различных текстах, появлявшихся на протяжении всего XX века. Кризис музыки, нуждающейся в фигуре автора и в идее прогресса, продолжается и сейчас. Лембрехт, отмечающий в своей книге не только падение спроса на музыкальную продукцию, но и фактическую невозможность дальнейшего творческого прогресса, – один из тех, кто этот кризис почувствовал. В то же время его книга, преисполненная идеалов, в которые верило общество модерна, звучит как последний гимн отживающему свой век искусству.

⁶ Не любая современная музыка – даже популярная – обладает указанными чертами. К примеру, электронная музыка, не имея автора и не имея сцены, является, как нетрудно было бы показать, чем-то парадигмально иным, нежели классика или рок. Основываясь на непригодности электронной музыки как средства художественного поиска, Горохов в последней главе своей книги предсказывает ей скорый крах. Мы же видим, что ей можно было бы предсказать успех – основываясь на том же самом.