

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	2
Глава I	
1.1. С чего всё начиналось	6
1.2. Понятие музыкального вкуса	9
1.3. Научно-техническая революция и её последствия	20
Глава II	
Практическое исследование	26
Заключение	30

Введение.

Общая характеристика и проблематика исследования.

Современные медиатехнологии открывают человеку свободный доступ к циркуляции музыки в информационном поле. Сегодня не вызывает особых трудностей найти ту или иную случайно услышанную песню, скачать на свой гаджет и прослушать её по желанию в любой момент. С развитием киберпространства основная масса потребителей культуры ушла в сеть. Свобода, предоставленная обществу, позволяет говорить о формировании нового типа отношений слушателя с музыкой и иных способов воздействия на его музыкальный вкус.

Данное исследование направлено на изучение формирования и совершенствования музыкального вкуса в зависимости от степени развития способов распространения музыкального материала. Нас интересует процесс развития медиатехнологий, появление в рамках этого процесса аудиотехнических устройств, предлагающих новые способы распространения музыки; нарастающая вседоступность и скорость обработки информации, но более всего зависимость формирования музыкального вкуса у людей от медиатехнологий. Выявление и анализ прямой связи между развитием медиатехнологий и развитием беспристрастного индивидуального музыкального вкуса, на наш взгляд, имеет большой интерес в настоящее время.

Актуальность данной дипломной работы обусловлена тем, что в современном мире технологии стремительно движутся вперёд, практически из любой точки мира при наличии доступа к Интернету человек может получить какую угодно информацию в считанные мгновения, в том числе и музыку любой страны, группы, направления стиля. Интернет – технологии предоставляют людям огромные возможности, свободу выбора – то, что еще

вчера казалось непостижимым, сегодня более чем реально. Однако нельзя отрицать, что изменения с течением времени способа передачи информации может влиять как на саму информацию, так и на её получателя. В связи с этим следует вопрос оценки влияния новых медиа на формирование музыкального вкуса и музыкальной культуры слушателя.

Степень разработанности проблемы, несмотря на проявляемый к ней интерес, остаётся невысокой. Основные источники, на которые опирается автор в процессе работы – материалы исследований информационно-технологической революции и её последствий, а также книга Ю. Стракович «Цифролюция. Что стало с музыкой в XXI веке»¹. Особое внимание в работе уделяется определению понятия музыкального вкуса личности, на которое мы ориентируемся при описании его связи с современными технологиями. В формулировании общего понятия мы ориентируемся на социологические исследования музыкальности личности Т.Адорно², исследования В.Г. Мозгота³, посвящённые формированию и развитию музыкального вкуса личности, а так же многочисленные материалы педагогической направленности – книга В. Н. Шацкой «Воспитание музыкального вкуса»⁴, материалы конференций.

Научная новизна, как сказано ранее, объясняется слабой изученностью заявленной темы. Мы стараемся не только собрать исторические факты, зафиксировавшие скачки в развитии науки и техники, в том числе и с появлением интернета, но и выделить обособленную роль медиатехнологий в развитии и формировании музыкального вкуса.

¹Стракович Ю. Цифролюция. Что случилось с музыкой в XXI веке. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2015. – 368с.

²Адорно, Т.В. Избранное: Социология музыки. – М.; СПб: Университетская книга, 1998

³Мозгот В.Г. Homo musicus: феномен современной реальности: Монография. – М.: НОУ ВПО «МПСУ», 2013. – 382 с.

⁴Шацкая В.Н. Воспитание музыкального вкуса // Известия Академии педагогических наук РСФСР. – 1947. – Вып.11: Вопросы художественного воспитания. – С. 29-41

В работе были использованы такие **методы изучения**, как:

- теоретические – анализ и синтез имеющегося материала, аксиоматический метод определений некоторых понятий, индуктивный и дедуктивный подход к имеющимся фактам, метод от абстрактного к конкретному и от конкретного к абстрактному;
- эмпирические – наблюдение за респондентами с целью изучения их личностей, эксперимент с целью получения данных, измерение и сравнение полученных данных.

Хронологические рамки исследования охватывают два периода:

Первый – общий обзор развития и распространения музыки с момента её формирования как самостоятельного вида искусства, то есть, с древних времён, до наступления научно-технической и информационной революции в середине XX века;

Второй – развитие музыкальной индустрии с приходом научно-технической революции и до сегодняшних дней.

Объектом исследования выступает сфера современных медиа, в частности, сеть Интернет, где сегодня сосредоточен основной рынок потребления музыкального контента.

Предметом исследования является формирование и развитие музыкального вкуса современного потребителя в условиях свободного доступа к информации в сети.

Целью исследования является выявление связи между новыми технологиями в области распространения и потребления музыки и музыкальным вкусом пользователей устройств с выходом в глобальную сеть.

Задачи исследования:

- Сформировать наиболее полное представление о музыкальном вкусе личности, опираясь на материалы педагогических, психологических и социологических исследований;
- Сопоставить типы слушателя, описанные Т. Адорно, с реалиями сегодняшнего времени, проследить изменения;
- Отразить влияние развития технологий на уровень музыкальной культуры, а так же на музыкальные вкусы пользователей.

Структура работы включает две главы, введение и заключение.

Первая глава представляет собой теоретическую часть исследования. Первый параграф описывает пути распространения музыки в истории с древних времён и до научно-технической революции XX века. Во втором параграфе раскрывается понятие музыкального вкуса личности, его свойства и факторы развития, описывается типология музыкального слушателя по Т. Адорно и переносится в современность в попытке проследить произошедшие изменения и найти описанные черты в сегодняшнем слушателе. В третьем параграфе отображается наступление научно-технической и информационной революции и её последствия, повлиявшие на музыкальную сферу деятельности общества и музыкальную составляющую характера личности. Выявляются истоки формирования музыкальной индустрии, проводится анализ полученной информации.

Вторая глава являет собой практическую часть исследования. В процессе был проведён опрос с целью выявить состояние музыкальной культуры личности на сегодняшний день, степень интеграции гаджетов в повседневную жизнь и роль музыки в жизни современного слушателя.

Заключение содержит краткую компиляцию фактов, изложенных в работе, и выводы, сделанные в ходе исследования.

Глава I

1.1. С чего всё начиналось

Сегодня музыка, в первую очередь, призвана доставлять человеку удовольствие, но такую функцию она приобрела далеко не сразу. Своё начало музыка берёт в религии, где имеет преимущественно прикладной характер (языческие обряды и ритуалы). Уже потом она стала популяризовываться и оформляться как самостоятельный вид искусства. Появилось устное и инструментальное народное творчество, тесно связанное с повседневной жизнью людей: напевы, наигрыши, песни, и т. д. Фольклорное наследие передавалось из уст в уста, из поколения в поколение, и никак не фиксировалось⁵. Истоки нотной грамоты, какой мы знаем её сейчас, обнаруживаются позже, во времена Средневековья в культовой музыке. Невменная нотация состояла из неvm – графических значков, точек, чёрточек, и проставлялась над словесным текстом, наглядно передавая мелодическую линию, указывая способ и характер исполнения. В начале XI века итальянский музыкальный теоретик Гвидо д'Ареццо реформировал нотацию, введя горизонтальные линейки для расположения неvm (прототип нынешнего нотного стана) и дав каждой ноте слоговое название, сохранившееся до сих пор. До XV века нотация использовалась только для записи духовной музыки, а после – уже и светской; в XVI веке появились первые печатные издания. Развитие нотной грамоты продолжалось вплоть до XVIII века. Стало возможно хранить музыкальные произведения в письменном виде и распространять их в обществе. Музыка в таком формате была доступна как знати, так и рабочему классу, для воспроизведения нужна была только музыкальная грамотность или человек, который ею владел. Музыка звучала на концертах, при дворе, на балах и праздниках. Она была там, где были ноты и музыкант, способный их сыграть.

⁵Клюев А. С. Философия музыки – 2-е изд., испр. и перераб. – СПб.: Астерион, 2010 – С.26.

Между тем, в XVII веке появилось несколько видов механических музыкальных инструментов, которые в определённый момент могли воспроизвести запрограммированную мелодию: музыкальные шкатулки, табакерки, шарманки. Такой способ слушания музыки (пусть и одной определённой мелодии или ограниченного набора мелодий) быстро завоевал популярность у публики – табакерки стали стильным аксессуаром, шкатулки – дорогим подарком, а шарманки – средством развлечения и заработка на улице.

Начало XX века ознаменовалось прорывом в области аудиотехники. В 1877 году Томас Альва Эдисон изобрёл фонограф – первый аппарат, делающий возможной запись живого звука с последующим её воспроизведением. Запись осуществлялась с помощью съёмных восковых валиков, на которых игла делала бороздки соответственно изменению колебаний мембраны от звукового ряда. Запись была недолгой, но это не помешало фонографу стать популярным в США и Европе. Спустя десять лет американский изобретатель Эмиль Берлинер усовершенствовал творение Эдисона, заменив валик граммофонной пластинкой и наладив технологию её массового производства. С 1888 года началась эпоха граммофонных записей.

Изобретение звукозаписывающего устройства изменило мир музыки. Теперь произведения искусства стали доступны значительно более широкому кругу слушателей, а индустрия музыки начала стремительно развиваться. Создавались первые звукозаписывающие компании, получавшие прибыль от продажи грампластинок, появился музыкальный рынок. Сначала было возможно записывать лишь отрывки из произведений музыкальных классиков, поскольку длительность записи не превышала пяти минут. Затем композиции стали выпускаться целиком на нескольких пластинках, тогда и появились первые музыкальные альбомы.

Совершенствовался способ звукозаписи и качество звука. В конце первой трети XX века запись стала электроакустической и производилась

через микрофон. В это же время в Германии Фриц Пфлеймер работает над созданием магнитной ленты, а компания AEG – над прибором для её воспроизведения. Первый магнитофон воспроизводил музыку совершенно по-другому: качество звука значительно улучшилось благодаря снижению шумов и увеличению диапазона воспроизводимых частот.

С течением времени и развитием аудиотехнической области науки распространение музыки наращивало свой темп и объёмы. Сначала народные напевы распространялись в диапазоне места жительства носителей культуры (деревни, поселения), затем странствующие музыканты стали в некотором смысле первым связующим звеном между населёнными пунктами и их культурами. Музыка была в буквальном смысле слова у всех на устах. Нотация стала способом сохранения мелодий и возможностью немного расширить масштабы их распространения. Однако это происходило не так активно, как после появления звукозаписывающих устройств. Музыкальная ротация стала осуществляться активнее, с большей свободой выходя за пределы городов и стран. Открытие новых музыкальных горизонтов способствовало обогащению культурной среды и расширению национальных представлений и суждений о музыке, развитию музыкального вкуса человека.

1.2. Понятие музыкального вкуса.

Категория вкуса как результата восприятия культуры человеком активно исследуется и обсуждается философами, культурологами, социологами, психологами. Многочисленные работы учёных направлены на определение значения, постижение сущности этого понятия. В ряду разнообразных объяснений данного понятия выявляется общая черта, отнесённая к аксиологическому аспекту восприятия – вкус достаточно часто связывают со способностью оценивать явления природы, предметы искусства и события общественной жизни.

Значение восприятия человеком прекрасного рассматривал в своих трудах И.Кант. Он определял понятие вкуса как способность судить о прекрасном. «Суждение вкуса не есть познавательное суждение, тем самым оно не логическое, а эстетическое суждение»⁶. Систематизировав понятие человеческого мышления в общем смысле, он пытался определить механизмы суждения. Кант руководствовался принципом априорности, т.е. исходил из того, что заложено в человеке изначально, а не из прямого восприятия, опыта и знаний. Основываясь на этом, философ и музыковед Г.Г. Коломиец предположила априорные принципы вкуса: «Как вкус может вывести общие законы? Подобно тому, как рассудок предполагает гармонию природы вещей, что доказать не может и создаёт умозрительные схемы, так и рефлексивное суждение (взятое из опыта психологических наблюдений), верящее в гармонию, которую нельзя доказать, объясняет видимое и слышимое ощущение»⁷.

Мнения современных учёных на этот счёт несколько разнятся. Одни говорят о понятии вкуса, как о системе чувственно-эмоциональных и интеллектуально-рациональных предпочтений, которая уравнивает чувственное и рациональное познание. По мнению Ю. Борева, эстетический

⁶Кант, И. Критика способности суждения. Пер.с нем. – М.: Искусство, 1994 – С.70.

⁷Коломиец Г.Г. Ценность музыки: философский аспект. Изд. 3-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009

вкус – это чувство, которое позволяет человеку находить меру нужного, обеспечивающего гармонию разнонаправленных тенденций и противоречивых устремлений.⁸ С другой стороны, А.Молчанова справедливо замечает, что «вкус не сводится к чувству меры, поскольку последнее не является ни врождённым, ни исторически неизменным»⁹. Дело в том, что вкус сам по себе хоть и связывают со способностью оценивать, его не стоит сравнивать с художественной оценкой. Оценочное суждение является выражением вкуса, но оценка сама по себе подразумевает некоторую рефлексию, в отличие от вкуса.

Многие учёные изучали проблему формирования и развития музыкального вкуса. Наиболее разносторонне данная тема отражена в педагогике. В.Н. Шацкая, основоположник музыкально-эстетического образования в СССР, внесла значительный вклад в исследование этого вопроса. Она понимала музыкальный вкус как «определенный уровень музыкально-поэтических представлений, который дает возможность отмечать и ценить прекрасное в музыке, т.е. её идейность и содержательность, правдивость и искренность чувств, яркость и убедительность музыкальных образов и всех выразительных средств музыкального произведения»¹⁰.

В.Н. Шацкая прочно связывала формирование музыкального вкуса у детей с работой по воспитанию активного слушателя. Для этого педагог выделяла два основных фактора: создание условий для активного слушания музыки и развитие потребности эстетического суждения. При этом В.Н. Шацкая считала, что для воспитания хорошего вкуса музыкальные произведения должны быть высокохудожественными и вместе с тем интересными и доступными для детского восприятия.

⁸Борев Ю.Б. Эстетика в 2 т. – Смоленск: Русич, 1997 – Т.1 – С.39.

⁹Молчанова А.С. На вкус, на цвет... М.: Искусство, 1966 – С.133.

¹⁰Шацкая В.Н. Воспитание музыкального вкуса / Известия Академии педагогических наук РСФСР / Академия педагогических наук РСФСР, Институт художественного воспитания. – Вып.11: Вопросы художественного воспитания, 1947 – С.29

Музыковед А.С.Клюев кроме музыкального вкуса говорит ещё и о наличии у человека представления о самом лучшем в музыке, того, на что он будет ориентироваться в своих суждениях – наличии музыкального идеала. А.С. Клюев характеризует музыкальный идеал как «самый важный элемент музыкального сознания личности, поскольку именно этот элемент определяет наличие у человека и музыкальной потребности, и музыкальной ориентации...»¹¹.

Рассуждая о воспитании музыкального вкуса, Ю.А. Носорев описывает этот процесс как приобретение навыка мышления художественными образами. Знания, заключенные в этих образах, обретают законченность и становятся частью личности. Таким образом, музыкальный вкус – не врождённая личностная черта, а результат формирования личности в процессе общения с искусством. «Научить отличать ремесленный суррогат от подлинно художественной музыки – основная задача формирования эстетических и общечеловеческих ценностей».¹²

В.Г. Мозгот, говоря о музыкальном вкусе, обращает внимание на корреляцию понятий «музыкальный вкус» и «музыкальные предпочтения». Анализ музыкальных предпочтений человека может показать нам широту его музыкального вкуса, но вопрос о том, какие жанры и формы, какие виды музыки или «музыкальные сферы» являются более высокими, по словам учёного, ставить не корректно. Допустимо обсуждение сложности музыкальных форм и жанров или их роли в определённый период истории, однако это не позволяет ранжировать музыку по признакам «хорошая-плохая, высокая-низкая».

Проведение длительного эксперимента на выявление музыкальных предпочтений определённой возрастной группы в разные временные периоды

¹¹Клюев А. С. Философия музыки – 2-е изд., испр. и перераб. – СПб.: Астерион, 2010. – С. 57.

¹²Носорев Ю. А. Предпочтения студентов-музыкантов. О возможности формирования музыкального вкуса. // Социологические исследования – 2008. – №1. – С.117.

позволило В.Г. Мозготу выделить 5 тенденций¹³, характеризующих существование вкуса в современном российском обществе:

- Ориентация на западную парадигму в подаче аудио- и видеомузикальной продукции. Тенденция неоднозначная, т.к. на первый взгляд слушателя «приучают» к высококлассному звучанию музыки, качественного уровня артисту, определённого стилю подачи материала, но вместе с этим транслируется идея «равных возможностей» на телевизионных шоу типа «Минута славы», «Х - фактор» и прочих, которая снижает необходимость наличия базовых музыкальных знаний и умений.

- Неограниченное временное потребление музыки молодёжью. Если раньше слушание музыки было самостоятельным действием, то сейчас её присутствие в повседневной жизни преимущественно фоновое, что значительно уменьшает её ценность как предмета искусства.

- Всеядность музыкальных интересов. Пресыщенность музыкой, разнообразием её стилей и жанров, снижает способность отличать сильные и слабые стороны музыкальных произведений. Это свойственно тем, у кого не хватает или вообще отсутствуют музыкальные знания, опыт, эрудиция и развитый музыкальный вкус.

- Воздействие на восприятие музыки принадлежности молодёжи к определённой социальной группе. Мозгот говорит о влиянии на интерес к определённой музыке принадлежность к субкультуре, однако, на наш взгляд, на сегодняшний день понятие субкультуры в значительной мере редуцировано в связи с развитием медиа-технологий, в частности Интернета, который предоставляет независимость и абсолютную свободу выбора своих предпочтений.

- Больше проблема, чем тенденция – это наличие глубокого разрыва между уровнем разработанности понятия «вкус» в современной научно-технической

¹³Там же.

литературе и отсутствием стандартов в сфере эстетического образования и воспитания.

На Западе понятие музыкального вкуса изучается в двух основных направлениях – *физиологическом* и *психологическом*. В области первого направления исследования строятся на измерениях физиологических показателей организма под влиянием на него музыки и других видов искусства. Однако это направление получило слишком мало информации о сущности эстетической реакции и оказалось неспособным объяснить принципы эстетического воздействия музыки на человека.

Психологическое направление, в свою очередь, также имеет два пути изучения. Представители одного работают с элементами живописи и музыки (Л. Грикмор, В.П. Морозов, О.Ортмен); другие – с музыкальным и живописным материалом в целом (П. Фарксфорт, К.Берт).¹⁴ Последние внесли большой вклад в развитие понимания именно эстетического взаимодействия человека с искусством. Тем не менее, исходя из полученной нами информации, можно установить, что исследователи ещё не смогли найти точного ответа на вопрос о том, как же научно объясняется феномен музыкального вкуса.

Научный мир предлагает множество различных типологий музыкальных вкусов и слушателей: исследования психологов Н.Майерса и К.Валентайна¹⁵, социолога П.Бурдьё¹⁶, музыковеда И. Алиевой¹⁷ и других учёных отражают разные подходы к этой проблеме. Одним из первых о классификации слушателя музыки заговорил социолог Т. Адорно¹⁸. С точки зрения Адорно, не все люди одинаково взаимодействуют с музыкой. Кто-то

¹⁴Мозгот В.Г. Homo musicus: феномен современной реальности. Монография. – М.: НОУ ВПО «МПСУ», 2013 – С. 249.

¹⁵Walentine, C.W. The experimental psychology of beauty. London, 1962.

¹⁶Bourdieu, P. Distinction: A social critique of the judgement of taste/ Translated by R.Nice. 1984.

¹⁷Алиева И. Когнитивно-организованный и интуитивно-эмпирический музыкальный слух. Введение понятий и диалектика связи. Harmony: Международный музыкальный культурологический журнал. Баку, №10/2011 [Электронный ресурс] URL: <http://harmony.musigi-dunya.az/rus/reader.asp?txtid=486&s=1>

¹⁸Адорно, Т.В. Избранное: Социология музыки. М.; СПб: Университетская книга, 1998 – С.14-26

слушает музыку внимательно, глубоко, структурно, а кто-то просто позволяет ей практически фоново присутствовать в повседневной жизни. Таким образом, в своей типологии он опирается на две вещи: отношение слушателя *к* музыке и отношения слушателя *с* музыкой. На этом основании социолог различает несколько типов слушателя.

Первым является тип **эксперта**. Так называемый «идеальный слушатель». Он предельно внимателен к слушанию музыки, к деталям, «... в каждый конкретный момент времени отдаёт себе отчёт в том, что он слышит» и «отчётливо воспринимает все усложнения и хитросплетения данного момента...»¹⁹. Тип эксперта напрямую связан со структурным слушанием музыки; можно сказать, что здесь музыка рассматривается скорее как инструмент, материал для подробного анализа, который проводит эксперт. Однако количество подобных слушателей достаточно мало и ограничивается, скорее, кругом профессионалов в музыкальной сфере. Это можно объяснить тем, что структурное слушание музыки требует налаженного, хорошо отточенного музыкального слуха, определённой базы знаний и богатого музыкального опыта, чем обладают в основном именно профессиональные музыканты. В своей типологии Адорно берёт тип эксперта за основную точку, от которой удаляется при описании последующих типов.

Следующий тип, **хороший слушатель**, как альтернатива идеальному в кругах непрофессионалов – он так же внимательно, вдумчиво слушает музыку, выражает собственное аргументированное мнение, мысля при этом не только категориями престижа или вкусовыми предпочтениями. Такой слушатель понимает музыку в собственном смысле слова и, по словам Адорно, обладает имманентной музыкальной логикой, что позволяет ему строить свои суждения скорее интуитивно. Этот тип слушателя образует связи между деталями спонтанно и не всегда способен осознать элементы структуры в общем смысле. Адорно говорил, что хорошего слушателя

¹⁹Адорно, Т.В. Избранное: Социология музыки. М.; СПб: Университетская книга, 1998 – С.14

становится всё сложнее найти, поскольку с изменением социума меняется и уровень его музыкальной культуры, «намечается поляризация по крайним точкам типологии: тенденция такова, что сегодня всякий или понимает всё, или не понимает ничего»²⁰.

В современном обществе людей этого типа по-прежнему немного. С одной стороны, таким слушателем может оказаться человек, который получил необходимый для внимательного слушания музыки базис знаний и опыт, к примеру, в музыкальной школе, но дальше стал развиваться в совершенно другом направлении, переведя музыку в разряд хобби. В таком случае, для начального этапа структурного слушания у него хватает приобретённого в процессе обучения, но, углубляясь, за недостатком знаний он начинает действовать именно интуитивно, о чём и говорит Адорно. Также хорошим слушателем может оказаться человек, музыкальный от природы и достигший некоторого понимания искусства самостоятельно. С другой стороны, музыкальная школа, конечно, даёт, как минимум, базовое представление о музыке и её анализе, но если полученные знания не применять на практике хотя бы в качестве хобби, то потенциальный хороший слушатель постепенно становится обычным, воспринимающим музыку исключительно в качестве развлечения. В отношении же того, кто занимался самообразованием, могут возникнуть сомнения в качестве его знаний. В формате сегодняшнего времени, когда в Интернете и СМИ в огромном потоке разной информации за чистую монету выдают ложные факты или откровенную глупость, человек по неопытности может попасться на это и в дальнейшем строить заведомо неверные суждения.

Буржуазное общество, о котором говорил Адорно, произвело третий тип слушателя – **образованного, потребителя культуры**. Знакомство с музыкой для такого человека – неотъемлемый атрибут высокого социального статуса, поэтому он много слушает, активно интересуется и наполняет себя

²⁰Там же. С.15

знаниями о музыке. Однако, в отличие от эксперта, «спонтанное, непосредственное отношение к музыке, способность структурного слушания субституируются нагромождением знаний о музыке, особенно биографических сведений и сравнительных достоинств исполнителей, о каковых ведутся многочасовые пустые разговоры»²¹. Для такого слушателя музыка – не более чем продукт; он не рассматривает музыкальное произведение как структуру, он жаждет красоты с целью оценить её и получить удовольствие. Адорно называет этот тип слушателя снобом, а его отношение к музыке – фетишистским. Увы, именно слушатель-потребитель, коим может являться и зритель, и деятель культуры, оказывает сильное влияние на официальную музыкальную жизнь. «И всё большее число музыкальных ценностей, которыми распоряжается этот тип, превращается в товар организованного потребления»²².

Сегодня такой слушатель является одним из ярчайших представителей музыкальной «клиентуры» и формируется за счёт широкого и стремительного распространения и потребления информации в виртуальном пространстве. Такие условия требуют от человека постоянно быть в курсе происходящего в мире музыки, свободно ориентироваться в новинках и тенденциях музыкальной индустрии, быть «в тренде». Также сохраняется влияние на музыкальную жизнь – от звукозаписывающих компаний и лейблов в XX веке это сообщество сейчас перешло в сеть в лице популярных ресурсов многочисленных блогеров, социальных сетей, где с помощью постов, комментариев, обсуждений продвигаются и популяризируются определённые музыкальные ценности.

Четвёртая категория типологии – **эмоциональный слушатель**. Для такого человека музыка – это возможность высвободить свои чувства и эмоции, сдерживаемые нормами культуры и законами общества. Она является средством раскрепощения и выполняет функцию компенсации тех

²¹Там же.

²²Там же. С.16

ощущений, которые ограничены реальной жизнью. Однако если эмоциональный слушатель по Адорно предпочитал чувственные мелодии, которые мгновенно находили яркий отклик в его душе, будь то смех или слёзы, нынешний, в связи с изменениями социального, эмоционального и музыкального характера теперь выбирает более активную музыку, к примеру, рок, в погоне за более яркими эмоциями, за душевной свободой.

В противовес эмоциональному, Адорно выделяет **рессантиментного слушателя**. Те запреты цивилизации, которые сковывают мир эмоционального слушателя, рессантиментный берёт за основу своего поведения в отношении к музыке, «... его идеал – статическое слушание музыки»²³. По его мнению, официальная музыкальная жизнь исчерпала себя; тем не менее, он не выходит за имеющиеся рамки в поисках чего-то нового, а обращается к более ранним музыкальным периодам, по его мнению, избавленным от товарного характера и фетишизации. Рессантиментный – то есть, «воспроизводящий былые формы реакции на музыку»²⁴. Здесь можно увидеть некоторую идеологию, которая включает в себя ту самую статичность, некоторый ультраконсерватизм и строгость к музыке и рьяное отношение к архаичным формам музицирования. «Ведь для них дело не в том, чтобы (...) познать смысл произведений, а в том, чтобы ревностно следить за точностью и ни на йоту не отступить от того, что они считают исполнительской практикой прошлых эпох...»²⁵.

Родственный рессантиментному тип **джазового эксперта** отличается лишь объектом культа. Соответственно, он так же протестует против официальной музыкальной культуры, но всё же лишён той сдержанной модели поведения, присущей рессантиментному слушателю. К тому времени, когда Адорно составлял свою типологию, джаз, новый, изначально региональный, фольклорный жанр, набирал свою популярность и получал

²³Гам же. С.18

²⁴Гам же.

²⁵Гам же.

всё большее распространение на территории Европы, обретая отчётливую форму самостоятельного яркого музыкального течения. Отношение к джазу менялось, и на сегодняшний день он полноправно стоит в одном ряду с другими музыкальными жанрами, что делает описываемый тип слушателя не применимым более к современному обществу.

Самым многочисленным, по мнению Адорно, является тип **развлекающегося слушателя**. Возможно, это происходит потому, что именно для развлечения слушает музыку большинство людей. На такого слушателя посредством массовой коммуникации нацелена вся индустрия культуры и досуга, которая, в процессе собственного развития, по сути, его и сформировала. Человек такого типа не наделяет музыку каким-то особым значением, он, скорее, пользуется ей в целях достижения собственного комфорта. Присутствие музыки в жизни человека для развлечения подразумевает её простоту и легкость в восприятии, ведь он слушает рассеянно, несерьёзно. Ему присуще слабо выраженное личностное начало, из-за чего он легко подвергается влиянию и слиянию с массой.

Сейчас это всё та же основная масса, на которую ориентирована вся музыкальная индустрия. В связи с этим появляется и распространяется коммерческая музыка. Следствием этого является снижение ценности музыки как таковой за счёт повышения торгового интереса к ней. В качестве развлечения проще воспринимаются лёгкие, незатейливые мелодии, они легко и массово распродаются. Отсюда снижение общей музыкальной культуры и влияние на формирование музыкального вкуса у подрастающего поколения.

Анализируя материалы по изучению понятия музыкального вкуса, мы можем отметить, что хоть исследователи до сих пор не пришли к общему знаменателю относительно этого вопроса, всё же возможно проследить основные моменты, которые формируют общее представление.

С одной стороны, вкус обозначают как систему предпочтений эмоционального и рационального плана, как чувство, которое помогает находить меру нужного, но само понятие вкуса не стоит сводить к чувству меры, поскольку оно не может быть приравнено к художественной оценке явлений. Стоит разделять вкус и художественную оценку.

Музыкальный вкус описывается как уровень музыкальных представлений, позволяющий замечать и ценить прекрасное в музыке. Формирование музыкального вкуса требует создания условий активного слушателя и развития желания эстетического суждения. Кроме того, в музыкальном сознании личности необходимо наличие музыкального идеала, как представления о самом лучшем в музыке. Стоит также разделять понятия «музыкальный вкус» и «музыкальные предпочтения», поскольку только предпочтения могут охарактеризовать вкус, но ни в коем случае не наоборот.

1.3. Научно – техническая революция и её последствия

Мир науки стремительно приближался к технологической революции. Кроме естественных научных процессов ключевую роль в этом сыграли две войны, разделившие жизни людей на «до» и «после», войны, в которых участвовал действительно весь мир. Первая половина XX века ознаменовалась техническими прорывами и усовершенствованиями во многих областях знаний и промышленности: разработка двигателя внутреннего сгорания, появление авиации, изобретение, а затем и конвейерное производство автомобиля, бурный рост военной промышленности.

Ещё в 90-х годах XIX века было положено начало техническим средствам массовой информации – благодаря трудам А.С. Попова, Н. Теслы и Г. Маркони появляется радио. Первый эфир был дан в США в ноябре 1920 года. В России датой начала радиовещания можно считать 17 октября 1922 года, когда по радио зазвучал живой концерт классической музыки, в котором приняли участие артисты Большого театра. С 1923 года радиотрансляции стали публичными и регулярными. Вместе с тем, в первой половине XX века активно развивается телевидение. Первые экспериментальные передачи в СССР осуществлялись уже в 1931 году. Эти события ознаменовали начало информационной революции.

Благодаря массовому распространению новых технологий передачи информации формируется принципиально новый вид информационного поля: из разобщённых, локальных частей оно становится единым, мировым. Почему именно сейчас? Появление радио и телевидения сделало передачу информации более оперативной и позволило разрушить существовавшие ранее временные барьеры: теперь информация доставлялась практически моментально, в режиме реального времени и абсолютно бесплатно. Таким образом, значение информации в обществе резко возрастает.

Новый виток развития получает и сфера искусства. С приходом телевидения в массы появляется кинематограф, а радио предоставляет музыкальной индустрии иную форму существования. В начале второй половины XX века в музыке происходит своя технологическая революция – научные инновации проникают во все сферы деятельности человека, в том числе и культурную. Музыканты в поисках других возможностей для творчества начинают экспериментировать со звучанием инструментов и композиций. Так появляются новые инструменты – электрогитара, электроклавиши, устройства для усиления и изменения звука. Принципиально отличное, свежее, молодое звучание обретает свой стиль, и развитие музыки набирает обороты. Факторы формирования музыкального вкуса здесь резко меняются. Культура всё больше приобретает характер массовости. С развитием новых стилей появляется некоторая возможность выбора, высокая популяризация музыкального искусства вкупе с его коммуникативной функцией дают начало образованию молодёжных субкультур.

С самого начала, то есть, с момента становления музыки как самостоятельного вида искусства, с того момента, когда музыкальные произведения выходят за пороги дворцов и только начинают завоёвывать широкую публику, музыкант как деятель культуры, как творец, уже не мог быть один. Необходимость продвижения творчества в массы как естественное дополнение к публичной музыкальной деятельности, организационная сторона концертов и финансовый вопрос ограничивали творческую свободу музыканта, вследствие чего появляются помощники, секретари, посредники между творцом и окружающим миром, в современном понятии – менеджеры, которые берут на себя решение всех проблем, не связанных напрямую с творчеством. Здесь и начинают вырисовываться зачатки музыкальной индустрии. Процесс роста индустрии музыки от простого помощника до глобальной машины хорошо описан в книге Ю.

Стракович «Цифролюция. Что случилось с музыкой в XXI веке»²⁶, где автор не просто отслеживает появление и налаживание всех механизмов работы этой сферы деятельности, но, снимая слой за слоем, открывает её другую, тёмную сторону. Ю. Стракович говорит о том, как система индустрии буквально поработила музыкантов и нивелировала наличие действительного творчества в музыке, превратив понятие «музыкальное произведение» в «музыкальную продукцию». С появлением аудиозаписи и последующей технологизацией и глобализацией культуры музыкальный рынок по-новому выстраивает имущественные отношения с музыкантом. Теперь последний полностью принадлежит корпорации. «На фоне этого процесса [глобализации культуры] в первой половине XX века среди множества посреднических институтов развернулась настоящая борьба сначала за новые технологии, затем – при помощи этих технологий – за новое глобальное пространство сбыта...»²⁷. В погоне за прибылью музыкальная индустрия стала промышленной системой массового производства и реализации музыки. Творческая составляющая отходит на второй, а то и на последний план, заменяемая активным стремлением продать как можно больше. Таким образом, музыкальная композиция становится товаром, продуктом сбыта, который теперь ориентируется не на содержание, а на форму, привлекательный внешний вид. Больше ресурсов вкладывается не в талант, а в рекламу, в имидж, во внушение обществу потребности именно в этой продукции в расчёте на массовый спрос. И спрос есть. И уже то, что кажется потребителю свободой выбора, со стороны продавца выглядит не более чем удачное вложение средств в тот или иной стильный продукт с последующим извлечением солидной прибыли.

Рост популярности новых музыкальных стилей спровоцировал вытеснение ими тех, кто не обеспечивал или плохо обеспечивал спрос на

²⁶Стракович Ю. Цифролюция. Что случилось с музыкой в XXI веке. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2015. – С. 25-44.

²⁷Стракович Ю. Цифролюция. Что случилось с музыкой в XXI веке. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2015. – С. 29.

музыкальный товар. По словам М. Найдорфа «музыкальная составляющая этой сферы информационного производства подчинена её общим требованиям, главное из которых – предельная доступность её продуктов, в смысле общепонятости (легче всего она достигается банальностью содержания) и в смысле общераспространённости, многотиражности. И наоборот»²⁸. Под угрозой оказались академические музыкальные жанры, т.к. они были наименее экономически выгодными в плане записи, тиражности и размера прибыли. Из-за такой монетизации музыкальной сферы и неспособности академических жанров конкурировать на рынке с новой музыкой происходит резкое снижение популярности такой важной для формирования музыкального вкуса классической музыки.

Музыкальный бизнес продолжает успешно работать вплоть до начала 90-х годов, когда в жизни общества появляется сеть Интернет и файлообменная система. К середине 90-х годов в Интернете уже зарегистрировано более 10 млн. компьютеров и более 1 млн. доменных имён²⁹. Изобретение MP3-аудиоформата стало революционным для сферы распространения информации. Теперь аудиофайл был абсолютно независим от физического носителя, обладал малым цифровым объёмом и распространялся в Сети с молниеносной скоростью. Все композиции, хранившиеся до этого момента дома на пластинках, кассетах и дисках были переведены в формат MP3 и «слиты» в Интернет. Так начала создаваться единая музыкально-информационная база, общедоступная и абсолютно бесплатная. Для ещё более широкого и свободного обмена контентом появилась пиринговая сеть p2p³⁰, которая открывала взаимный доступ к файлам подключенных к одной сети компьютеров. Эта система моментально завоевала популярность у пользователей по всему миру.

²⁸Найдорф М. Некоторые особенности музыкальной культуры массового медиа-пространства.

[Электронный ресурс]. // Культурология. Музыкальная культура. – http://www.countries.ru/library/music_culture/mm.htm

²⁹Что такое Интернет? История и этапы развития. [Электронный ресурс]. <http://moolkin.ru/chto-takoe-internet-istoriya-i-etapy-razvitiya>

³⁰P2p – peer2peer (англ) - равный к равному.

Вкупе с развитием Интернета семимильными шагами идёт усовершенствование и внедрение карманных гаджетов. Прежде всего, речь идёт о телефонах. На некоторых моделях уже были WAP-браузеры, но о таком доступе в Интернет как о лёгком способе обмена данными говорить ещё сложно. Помимо этого, телефоны действительно были наделены несколькими функциями обмена данными – инфракрасный порт, а за ним и более быструю и удобную Bluetooth-связь. Вначале обмениваться можно было только «лёгкими» монофоническими мелодиями в формате WAV, но спустя немного времени телефоны также стали воспринимать формат MP3.

Такой глобальный, «пиратский» переворот в сфере распространения музыки поставил под удар мировую музыкальную коммерцию. Доходы от продаж стали падать, в индустрию музыки пришёл кризис. В своей статье «Это – Революция»³¹ А. МакГи замечает, что такой расклад событий не случаен, поскольку в стремлении заработать быстрее и больше «корпорации перестали вкладывать деньги в талант», то есть, инвестировать в будущее. «На данный момент просто нет ничего нового, по поводу чего можно прийти в возбуждение». А. МакГи понимает, что появление Интернета в корне меняет всю так давно и чётко налаженную схему музыкального бизнеса, и крах музыкальных компаний – это лишь вопрос времени. «Для групп значительно приятней без всяких посредников, лейблов загрузить свою музыку через Интернет и обрадовать своих поклонников по значительно более дешёвой цене». В сущности, А. МакГи был прав в своих прогнозах. На данный момент практически все аспекты нашей жизни сконцентрированы в Сети, в особенности взаимодействие с музыкой.

Интернет предоставляет неограниченный выбор музыкальных произведений, что является сегодня одним из главных факторов развития музыкального вкуса, причем, как в положительном плане, так и в отрицательном. С одной стороны, безграничная музыкальная база позволяет

³¹МакГи А. Это – Революция. [Электронный ресурс]. // Зеркало недели. – 1998. – №27.
http://gazeta.zn.ua/ECONOMICS/alan_makgi_eto__revolyutsiya.html

понимающему слушателю самостоятельно формировать свой плейлист, находить что-то новое согласно своим музыкальным предпочтениям (или нет) и расширять свой музыкальный кругозор. С другой стороны, последствия коммерциализации музыки не прошли бесследно. Большое количество современного музыкального мусора может сбить с толку неопытного слушателя простотой ритмов, незамысловатостью мелодий, легкомысленностью текстов. То самое «банальное содержание», о котором говорил М. Найдорф, всё ещё остаётся, более того, продолжает наполнять собой новый музыкальный продукт. Таким образом, условия существования в современном медийном пространстве негласно предлагают слушателю несколько путей развития и формирования музыкальной культуры личности.

Глава II.

Вторая часть работы представляет собой эксперимент, основанный на данных, полученных ранее.

Для того чтобы понять, насколько качественно в современных условиях сформирован музыкальный вкус сегодняшнего слушателя, был проведён опрос, в котором принял участие 271 человек в возрасте от 18 до 31 года. Заданные возрастные рамки обусловлены тем, детство и юношество людей, принадлежащих к этой возрастной категории, пришлось именно на период масштабного развития и распространения персональных компьютеров, Интернета и телефонов с функцией передачи данных.

Цель опроса: выявить состояние музыкальной культуры личности на сегодняшний день, степень интеграции гаджетов в повседневную жизнь и роль музыки в жизни современного слушателя.

Анкета состояла из 8 вопросов. Респондентам предлагалось выбрать один или несколько заданных ответов.

Для того чтобы узнать состояние развитости музыкальной культуры личности, было задано 3 вопроса. Два из них – с общей статистикой для всех трёх групп:

- 1) Есть ли у вас музыкальное образование?**
- 2) Какую музыку предпочитают слушать ваши родители?**
- 3) Что в большей степени повлияло на ваши музыкальные предпочтения?**

На первый вопрос подавляющее большинство ответов – **76%** – было отрицательным;

10,3% получили начальное музыкальное образование и практикуют полученные знания и навыки в повседневной жизни;

6,3 % закончили музыкальную школу по настоянию родителей и не практикуют полученные знания и навыки;

7,3% респондентов занимаются музыкой профессионально.

Второй вопрос дал достаточно разрозненные ответы, из которых можно выделить только преобладание классической музыки.

Третий вопрос показал, что на респондентов всех категорий в равной степени оказали влияние семья и окружение и средства массовой информации – радио и телевидение.

Далее был задан вопрос, дающий представление о степени интеграции Интернета и гаджетов в нашу жизнь:

4) Каким образом ты предпочитаешь слушать музыку?

Здесь возможно было дать несколько ответов, и самыми популярными из них оказались:

«в соцсетях, формирую свой плейлист сам» - **61,3%**

«предпочитаю портативный носитель – телефон или плеер» – **55,4%**

Стоит заметить, что **10%** респондентов ответили, что предпочитают слушать музыку также в соцсетях, но плейлисты, составленные случайным подбором из рекомендаций.

Также примечательно то, что из общего числа опрошенных только **13,7%** посещают живые концерты, в том числе и классической музыки.

Следующий вопрос был:

5) Часто ли ты слушаешь музыку?

Практически **72%** респондентов дали ответы, относившиеся к одному типу слушания – фоновому.

Остальные **28%** слушают музыку в активном режиме, выделяя для неё время вне остальных дел.

На **шестой** вопрос о **предпочитаемых музыкальных стилях** подавляющее число респондентов – **79%** – назвало себя избирательными меломанами. Вместе с тем, нашлось **1,8%** респондентов, которые слушают «что дадут».

б) Как часто ты обновляешь свой плейлист?

Выяснилось, что больше всего людей обновляют крайне редко / не обновляют вообще и обновляют «изредка, чтобы не надоедало» – **27,7%** и **37,6%** соответственно.

7% пристально следят за модой, а **8,1%** – так же пристально, но только за своими кумирами.

Седьмой вопрос был задан с целью узнать, как себя идентифицирует слушатель, согласно типологии Адорно (и идентифицирует ли?) – **К какому типу слушателя ты бы себя отнёс?**

Статистика показала закономерное и местами идентичное сходство с тем, о чём писал и что прогнозировал Т. Адорно:

5,9% - потребитель культуры	39,1% - развлекающийся.
4,1% - рессантиментный	34,3% - эмоциональный
3,7% - эксперт	12,9% - хороший слушатель

Как видно из статистики ответов, бóльшую часть публики составляют категории эмоционального и развлекающегося слушателя – более **70%**.

Последний вопрос – **«Считаешь ли ты, что количество музыки в Сети и свободный доступ к ней предоставляет свободу выбора или сбивает с толку и замутняет сознание музыкальным мусором?»** – показал, что **88,2%** респондентов считают Сеть отличной возможностью самостоятельно работать над своим музыкальным вкусом, игнорируя некачественную или бессмысленную музыку. **11,8%** оставшихся утверждают, что количество музыкального мусора преобладает над действительно хорошей музыкой и, сравнивая себя в возрасте нынешних юных слушателей, говорят, что слушали избранную и проверенную музыку, в то время как наши дети теперь слушают всё подряд.

По результатам опроса можно сделать следующие выводы:

1) Состояние развитости музыкальной культуры современной личности по большей части находится на среднем уровне. Более высокой степенью развитости обладают, согласно типологии Адорно и исследованиям В.Н. Шацкой, респонденты, имеющие дело с музыкой на уровне, соответственно, выше, чем простое слушание; популярность музыкального образования невысокая.

2) Популярность гаджетов в повседневной жизни неоспорима, а вот популярность живого, вовлечённого слушания музыки удручающе мала;

3) Современный слушатель по сути своей чаще пассивен и использует музыку как дополнение к повседневности; ценность музыки по сравнению более ранними временами значительно снижена;

4) Превалирующая доля слушателей по-прежнему – эмоциональные и развлекающиеся. За более чем полвека общество с этой точки зрения практически не изменилось.

Заключение.

В данном исследовании была изучена связь между уровнем развития музыкального вкуса личности и распространением современных медиатехнологий. В ходе исследования выяснилось, что, во-первых, общество мало работает над развитием музыкального вкуса. Возможно, это происходит в силу того, что основная масса слушателей – люди, для которых музыка является не более чем фоном и носит развлекательный характер. Во-вторых, ясно прослеживается общее снижение музыкальной культуры и ценности музыки как вида искусства.

Музыкальный вкус в ходе исследования описывается как уровень музыкальных представлений, позволяющий замечать и ценить прекрасное в музыке. Формирование музыкального вкуса требует создания условий активного слушателя и развития желания эстетического суждения. Кроме того, в музыкальном сознании личности необходимо наличие музыкального идеала, как представления о самом лучшем в музыке. Стоит также разделять понятия «музыкальный вкус» и «музыкальные предпочтения», поскольку только предпочтения могут охарактеризовать вкус, но ни в коем случае не наоборот.

С течением времени и развитием аудиотехнической области науки распространение музыки наращивало свой темп и объёмы. Сначала народные напевы распространялись в диапазоне места жительства носителей культуры (деревни, поселения), затем странствующие музыканты стали в некотором смысле первым связующим звеном между населёнными пунктами и их культурами. Музыка была в буквальном смысле слова у всех на устах. Нотация стала способом сохранения мелодий и возможностью немного расширить масштабы их распространения. Однако это происходило не так активно, как после появления звукозаписывающих устройств. Музыкальная ротация стала осуществляться активнее, с большей свободой выходя за пределы городов и стран. Открытие новых музыкальных горизонтов

способствовало обогащению культурной среды и расширению национальных представлений и суждений о музыке, развитию музыкального вкуса человека.

Научно – техническая и информационная революция в корне изменили роли музыканта и слушателя в медийном мире. Становление и развитие музыкальной индустрии значительно повлияло на качество музыки и, как следствие, на общий уровень музыкальной культуры. К сожалению, это влияние носит преимущественно отрицательный характер, в результате чего уровень музыкальной культуры постепенно утрачивает свою значимость.

В свою очередь, Интернет предоставляет неограниченный выбор музыкальных произведений, что является сегодня одним из главных факторов развития музыкального вкуса, причем, как в положительном плане, так и в отрицательном. С одной стороны, безграничная музыкальная база позволяет понимающему слушателю самостоятельно формировать свой плейлист, находить что-то новое согласно своим музыкальным предпочтениям (или нет) и расширять свой музыкальный кругозор. С другой стороны, последствия коммерциализации музыки не прошли бесследно. Большое количество современного музыкального мусора может сбить с толку неопытного слушателя простотой ритмов, незамысловатостью мелодий, легкомысленностью текстов.

Список литературы.

- 1) Адорно, Т.В. Избранное: Социология музыки. – М.; СПб: Университетская книга, 1998
- 2) Коломиец Г.Г. Ценность музыки: философский аспект. Изд. 3-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009
- 3) Буторина Н. И. , Ладейщикова К. С. Рекламная кампания музыкального фестиваля как средство воспитания эстетического вкуса молодёжи // Акмеология профессионального образования: материалы 12 Всероссийской научно-практической конференции, Екатеринбург, 12 – 13 марта 2015 г. / ФГАОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун.-т». Екатеринбург, 2015. – С.156–160.
- 4) Мозгот В.Г. Музыкальный вкус молодёжи// Социологические исследования. – 2012. – №10. – С. 70–77.
- 5) Ключев А. С. Философия музыки – 2-е изд., испр. и перераб. – СПб.: Астерион, 2010. – 227 с.
- 6) Никитина Л. Советская музыка. История и современность. – М.: Музыка, 1991. – 278 с.
- 7) Носорев Ю. А. Предпочтения студентов-музыкантов. О возможности формирования музыкального вкуса. // Социологические исследования. – 2008. – № 1. – С. 115–118.
- 8) Мозгот В.Г. Homo musicus: феномен современной реальности: Монография. – М.: НОУ ВПО «МПСУ», 2013. – 382 с.
- 9) Ефремова И.В. Теоретическая модель формирования музыкального вкуса у школьников в современных условиях // Психология образования в поликультурном пространстве. – 2012. – Т. 4. – № 20. – С.126–131.

- 10) Воробьёв Ю.Л., Милорадова И.Н. Влияние музыки на формирование личности в эпоху Интернет // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2011. – № 1. – С.257–265.
- 11) Исхакова Н.Р., Болтачев Р.Р. Музыкальные предпочтения молодёжи // Социс. – 2006. – № 6. – С. 103–106.
- 12) Маршак А.Л. Особенности социокультурных связей социально дезориентированной молодёжи // Социологические исследования. – 1998. – № 12. – С. 94-97.
- 13) Кант И. Критика способности суждения. Пер. с нем. – М.: Искусство, 1994. – 367 с.
- 14) Walentine C.W. The experimental psychology of beauty. – London, 1962.
- 15) Bourdieu P. Distinction: A social critique of the judgement of taste / Translated by R. Nice. 1984. –614 p.
- 16) Алиева И. Когнитивно-организованный и интуитивно-эмпирический музыкальный слух. Введение понятий и диалектика связи. Harmony: Международный музыкальный культурологический журнал. – 2011. – № 10 [Электронный ресурс] URL: <http://harmony.musigi-dunya.az/rus/reader.asp?txtid=486&s=1>
- 17) Алексеев Э., Волохов В., Головинский Г., Зараковский Г. На путях исследования музыкальных вкусов // Советская музыка. – 1973. – № 1. – С. 59–69.
- 18) Шацкая В.Н. Воспитание музыкального вкуса // Известия Академии педагогических наук РСФСР. – 1947. – Вып.11: Вопросы художественного воспитания. – С. 29-41.
- 19) Музыкальная энциклопедия / Под ред. Ю. В. Келдыша. – М.: Советская энциклопедия, Советский композитор. – 1973–1982.

- 20) Тельчарова-Куренкова Р.А. Музыка и культура: личностный подход. – М.: Знание, 1986. – 64 с.
- 21) Боров Ю.Б. Эстетика: в 2 т. – Т.1 – Смоленск: Русич, 1997. – 576 с.
- 22) Gabriel C., Grickmore L. Emotion and Music // Psychology of music. – 1977. – Vol. 5. – №1. – P. 28–31.
- 23) Морозов В.П. Невербальная коммуникация: экспериментально-психологические исследования. – М.: Издательство «Институт психологии РАН», 2011.
- 24) Молчанова А.С. На вкус, на цвет... – М.: Искусство, 1966.
- 25) Пятая информационная революция. Продолжение. [Электронный ресурс]. – <https://geektimes.ru/post/107047/>
- 26) Платонова А.В. В поисках новой этики для технической цивилизации // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2011. – № 5 – С. 123-130.
- 27) Информационные революции. Краткая характеристика. // Информационные технологии. Понятийная и структурная характеристика. [Э л е к т р о н н ы й р е с у р с] . – <https://sites.google.com/site/infotrmattehnologi/nalastuvanna>
- 28) МакГи А. Это – Революция. [Электронный ресурс]. // Зеркало недели. – 1 9 9 8 . – № 2 7 . http://gazeta.zn.ua/ECONOMICS/alan_makgi_eto__revolyutsiya.html
- 29) Что такое Интернет? История и этапы развития. [Электронный ресурс]. <http://moolkin.ru/chto-takoe-internet-istoriya-i-etapy-razvitiya>
- 30) Найдорф М. Некоторые особенности музыкальной культуры массового медиа-пространства. [Электронный ресурс]. // Культурология. Музыкальная культура. – http://www.countries.ru/library/music_culture/mm.htm

31) Рынок цифровой дистрибуции музыки, 2010-2016 гг. [Электронный ресурс]. – http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-tsifrovoy-distributsii-muzyki-2010-2016-gg

32) Власова Е.М. Изменение отношения человек-техника в современном обществе: проблема нового гуманизма // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - №1. – 2015. – С.170-173.

33) Симдянов А. Коммерческая музыка и музыкальная коммерция. // Шоу-бизнес для профессионалов. [Электронный ресурс]. – http://professional.ru/Soobschestva/shou-biznes_dlya_professionalov/kommercheskaya_muzyka_i_muzykalnaya_22630445/

34) Стракович Ю. Цифролюция. Что случилось с музыкой в XXI веке. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2015. – 368с.