

Чепеленко Ксения Олеговна

САМОАТРИБУТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ АВТОРА МУЗЫКАЛЬНОГО

Данная статья посвящена вопросу самоатрибутивных стратегий Homo musicus. Самоатрибуция как коммуникативный феномен относится к саморефлексии, автокоммуникации, и вместе с тем самоатрибутивный акт ориентирован и направлен на реципиента. Теоретические положения самоатрибуции соположены ряду филологических теорий, таких как теория авторской модальности, теория референтности (в аспекте автореферентности), предикативная теория, авторологическая теория. На основе их синтеза возможно построение методологической системы подходов, имманентных проблеме самоатрибуции автора художественного.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2016/10/52.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 10(72) С. 197-199. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2016/10/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

ETHNIC NEEDS: ESSENCE AND CLASSIFICATION

Khalturin Anatolii Nikolaevich, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor
Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov
aonhalturin@gmail.com

The article deals with the results of the socio-philosophical analysis of the main conceptions considering the essence of needs, their classification and role in the structure of activity. A special category is ethnic needs connected with ethnic identity of interaction subjects. In accordance with the formation approach, ethnic needs are to be satisfied in all the spheres of life activity of an ethnic formation that suggests their classification in political, economic and spiritual spheres.

Key words and phrases: needs; socio-philosophical analysis; ethnic and social; ethnic needs; ethno-cultural interaction; spheres of life activity.

УДК 7; 78

Искусствоведение

Данная статья посвящена вопросу самоатрибутивных стратегий Homo musicus. Самоатрибуция как коммуникативный феномен относится к саморефлексии, автокоммуникации, и вместе с тем самоатрибутивный акт ориентирован и направлен на реципиента. Теоретические положения самоатрибуции соположены ряду филологических теорий, таких как теория авторской модальности, теория референтности (в аспекте автореферентности), предикативная теория, авторологическая теория. На основе их синтеза возможно построение методологической системы подходов, имманентных проблеме самоатрибуции автора художественного.

Ключевые слова и фразы: творческая стратегия; самоатрибуция; автор художественный; теория авторской модальности; теория авторской референтности; авторология.

Чепеленко Ксения Олеговна, к. соц. н.

Институт развития бизнеса и стратегий

Саратовского государственного технического университета имени Гагарина Ю. А.

kseniya_ch@list.ru

САМОАТРИБУТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ АВТОРА МУЗЫКАЛЬНОГО

Избранная тематика относится к практически неизвестной объектной области исследования профессиональных стратегий *Homo musicus*. Осмысление творческой деятельности как системы *стратегий* представляет новый подход, определившийся в музыкальной науке относительно недавно.

Не охватывая всего спектра стратегий, имманентных пространству искусства, остановимся на рассмотрении вопроса творческих стратегий художника-творца.

Представляя модель творческого поведения *Homo musicus*, данный тип стратегий связан с воплощением авторских интенций посредством определенных способов, приемов решения художественных задач, что предполагает выполнение выстроенного алгоритма действий, последовательности мыслительных операций и в итоге – актуализацию этой деятельности в результирующем творческом продукте. Описанный тип стратегий последовательно разворачивается на всех этапах творческой самопрезентации автора художественного.

Ключевое сложносоставное слово *самоатрибуция* коррелирует с понятием *атрибуция*, от последнего его отличает возвратное значение, на что указывает его первая часть – *авто, само*. Лингвистический комментарий очерчивает проблемную зону данной статьи, позволяет сформулировать ее тему: композитор, моделирующий атрибутику своего искусства, композитор – автор самоатрибутивных стратегий.

Здесь необходимо сделать небольшую оговорку: всякое произведение искусства несет печать своего создателя и является его атрибутивным репрезентантом. Этот общеизвестный аксиоматический постулат служит выражением идеи «общего порядка». В данном конкретном случае речь идет о самоатрибутивной интенции композитора, о специально продуманных, «сконструированных» им знаках, отличающихся особой степенью репрезентативности. Они поддаются вербализации – следовательно, могут быть атрибутированы.

Художественный атрибут, атрибут искусства, атрибутивный знак, атрибутивные стратегии, атрибутивный репрезентант, атрибутивная информация составляют синонимический ряд словосочетаний атрибутивного тезауруса, обозначая, таким образом, и предметное поле теоретической рефлексии, развернутой в рамках статьи. Вышеперечисленные номинации имеют отношение как к явлениям духовной сферы, так и материальной [1]. В этом двуединстве заключена доминантная особенность феномена самоатрибуции.

Атрибуты художественной деятельности с незапамятных времен были предметом повышенного внимания художников. Выражением этой тенденции стала жанровая разновидность натюрморта с атрибутами искусства, которая служила не только выражением символов искусства, но и определенным образом характеризовала личность художника. Так, например, известная композиция «Натюрморт с атрибутами искусств» Ж. Б. С. Шардена

(1766, 140,5×112, масло, холст) позволяет идентифицировать автора работы как художника, на рабочем столе которого хаотично расположены орудия/инструменты труда (палитра, кисти), свернутые в трубочку холсты. Среди всего прочего особое внимание привлекает модная по тем временам изящная статуэтка «Меркурия, завывающего сандалию» Ж.-Б. Пигаля, свидетельствующая о тонком художественном вкусе ее владельца.

Обратимся к другому примеру, на котором хотелось бы остановиться в связи с оппозицией *материальное – духовное*. В одном из своих исследований проф. С. И. Савенко в философско-эстетическом ключе рефлексует относительно весьма «тонкой» материи – идеи хаоса. «Не “сырой” природный хаос становится атрибутом искусства, в том числе и музыкального, – отмечает исследователь, – а хаос созданный, смоделированный. Другими словами, речь должна идти скорее о портрете, образе хаоса, – портрете, отражающем некое умонастроение новой неклассической эпохи» [4, с. 403]. В качестве атрибута модернистской эстетики здесь выступает категория хаоса.

Самоатрибуция автора к миру материальных вещей и предметов отнесена быть не может, она всегда личностна, персональна, характеризует отношения, имманентные системе *автор – произведение, автор – текст*.

Система *автор – атрибут* двусторонняя: автор самоинициирует атрибуты искусства – атрибуты указывают на автора. Первая позиция «овнешествляет» авторскую интенцию, эксплицируя ее. Вторая, симметричная первой, направлена из материализованной в художественном произведении интенции к центру *авторского Я*. Иными словами, самоатрибуция интерпретируется как коммуникативный феномен амбивалентной природы. С одной стороны, имеет непосредственное отношение к феномену саморефлексии, автокоммуникации, а с другой, самоатрибуция направлена на реципиента. Интенция самовыражения и проекция творческого Я во внешний мир – главные цели двуединой стратегии самоактуализации-самопрезентации *автора художественного*.

Методологическое оснащение проблемы самоатрибуции творца в ракурсе, эвристично определившемся у автора данной статьи, представляет собой широкую исследовательскую платформу. В процессе изучения соответствующего тематике корпуса научных работ было установлено, что самоатрибуция когерентна ряду филологических теорий, таких как, например, теория авторской модальности, теория референтности (в аспекте автореферентности), предикативная теория, авторологическая теория. Все они могут включаться в качестве значимых составных частей в методологическую систему подходов, имманентных проблеме самоатрибуции *автора художественного*.

Какие же феномены композиторской практики могут быть осмыслены в качестве ее атрибутов? В ответе на поставленный вопрос нет ничего принципиально нового, тем не менее, предлагаемая конфигурация рассуждений имеет, как представляется, некоторую познавательную ценность.

Основным источником и главным инструментом самоатрибуции выступает авторская символика и, прежде всего, автомонограмма. Музыкальный шифр/код позволяет композитору встраивать собственное имя в звуковой облик своего музыкального произведения. В известной степени этот прием пересекается с тем, что представляет собой автограф художника, который, как известно, традиционно располагается в правом нижнем углу картины. (Здесь подпись не бросается в глаза и не мешает восприятию художественной композиции.) Автограф художника никоим образом не взаимодействует с содержанием живописной работы, а выступает в качестве элемента рамочного комплекса.

«Местонахождение» музыкальной подписи регламентируется драматургическими интенциями композитора: автомонограмма, как «сильнодействующее» средство, появляется в наиболее освещенном участке музыкальной композиции, при этом не исключено ее неоднократное реминисцирование.

Стратегия автомонограммирования символизирует присутствие автора – незримого персонажа музыкального повествования, а это уже вызывает аналогию с феноменом имплицитного автора-писателя, чья линия может быть развернутой, протяженной, динамично развиваемой, взаимодействующей с литературными героями.

Современные стратегии монограммирования примечательны тем, что обнаруживают удивительную изобретательность их создателей. Так, например, конструирование автомонограммы Д. Смирновым инициировало создание своего собственного буквенно-музыкального алфавита, кодекса правил музыкальной шифровки. Игровая интенция композитора представляет интерес не только для меломанов, но имеет познавательную ценность, свидетельствуя об оригинальности творческого мышления. Композитор счел нужным донести до реципиента эту любопытную информацию и опубликовал на страницах Музыкальной академии свой занимательный комментарий на эту тему.

Интерпретацию музыкальных автознаков в сложном контексте современного опуса, эвристичность которого порой «зашкаливает», облегчает ситуация автокомментирования. Современные художественные практики развертываются как творческая интеллектуальная игра, «игроками» которой оказываются не одни только музыкальные идеи: буквенная символика, символика цифр, геометрических фигур органично входят в содержание творческих стратегий.

Маркером самоатрибуции выступает автоинтертекстуальность – автоссылка, что предполагает воспроизведение фрагмента одного сочинения в контексте другого произведения, принадлежащего тому же автору. Описанная стратегия самоповтора пересекается с научной тенденцией академического автоцитирования, представляющей собой «инструмент публикационной академической коммуникации» [2]. Инструмент этот представляется более тонким и детально разработанным. Он репрезентирует такие стратегии, как «заимствование, цитирование и/или упоминание» [Там же].

Генезис автоцитирования заключен в литературной *теории самоповтора*, суть которой – «заимствование текста, его воспроизведение, <...> (имеющее – К. Ч.) локальный характер» [3]. Стратегия самоповтора атрибутируется в отечественном искусстве с относительно недавнего времени. В качестве классического примера

может быть названа предсмертная, автобиографического содержания Альтовая соната Д. Шостаковича, основанная на принципе самоцитирования.

Авторская художественная стратегия самоповтора характерна для изобразительного искусства, хотя и не является его атрибутивным свойством. Так, в известном школьном триптихе Ф. П. Решетникова развернута система автоповторов, тематически объединяющая работы разных лет. Показательно, что актуализация принципа самоцитирования исходит из личностной мотивации, в большинстве случаев определяется программностью замысла, который последовательно раскрывается в рамках, охваченных автоинтертекстуальностью произведений.

Обобщая вышеизложенное, отметим следующее. Понятие «самоатрибуция», каким оно сложилось в результате развернутого теоретизирования и анализа примеров ряда художественных произведений, представляет собой именную, имманентную какому-либо автору, в проекции на текстовое пространство другого произведения этого автора. Максимально репрезентативными видами атрибутивного знака являются автомонограмма и самоповтор-автоцитирование.

Список литературы

1. **Атрибут** [Электронный ресурс] // *Философия: энциклопедический словарь*. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/115/АТРИБУТ (дата обращения: 01.08.2016).
2. **Нестеров А. В.** Еще раз о цитировании и самоцитировании в публикационной академической коммуникации [Электронный ресурс]. URL: [http://mirbis.ru/data/image/\(1\).pdf](http://mirbis.ru/data/image/(1).pdf) (дата обращения: 22.08.2016).
3. **Романец М. С.** Формы функционирования автоцитаты (на примере автоцитаты Мориса Равеля) [Электронный ресурс]. URL: <http://glierinstitute.org/ukr/digests/050/27.pdf> (дата обращения: 01.08.2016).
4. **Савенко С. И.** Хаос как проблема музыкального искусства // *Концепты хаоса и порядка в естественных и гуманитарных науках*. Н. Новгород: ДЕКОМ, 2011. С. 401-406.

SELF-ATTRIBUTIVE STRATEGIES OF *HOMO MUSICUS*

Chepelenko Kseniya Olegovna, Ph. D. in Sociology

Institute of Business Development and Strategies of Yuri Gagarin State Technical University of Saratov
kseniya_ch@list.ru

The article focuses on self-attributive strategies of *Homo musicus*. Self-attribution as a communicative phenomenon refers to self-reflection, auto-communication, at the same time an act of self-attribution is focused on the recipient. Self-attribution theoretical provisions correlate with certain philological theories such as the author's modality theory, referentiality theory (in the aspect of self-referentiality), predicative theory, authorological theory. Their synthesis makes it possible to develop a methodological system of approaches immanent to the problem of self-attribution of *Homo Aestheticus*.

Key words and phrases: creative strategy; self-attribution; *Homo Aestheticus*; author's modality theory; author's referentiality theory; authorology.

УДК 165.62

Философские науки

В статье утверждается, что исследованные М. Хайдеггером аксиологические представления Ницше являются лишь формой выражения ценностного нигилизма, господствующего в сознании субъекта европейской культуры эпохи постмодерна, но не отражением сущности человека и ценностей. Аксиологическое содержание идей самого Хайдеггера свидетельствует о том, что даже отказ от термина «ценность» не сможет изменить объективные особенности смыслополагания, присущие человеку как субъекту культуры.

Ключевые слова и фразы: философия Хайдеггера; ценности; постмодернизм; смыслополагание; истина.

Чернякова Наталия Степановна, д. филос. н., профессор

Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена
Cherns2011@yandex.ru

ФИЛОСОФИЯ М. ХАЙДЕГГЕРА В КОНТЕКСТЕ АКСИОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Аксиологический дискурс постмодернизма стал логическим завершением европейского нигилизма и ницшеанской программы «переоценки ценностей», превратив ценности из метафизического условия осуществления воли к власти в повседневный символ ничтожности бытия и человека. Господствующее в постмодернистской аксиологии отождествление ценностей с любыми значимыми для человека материальными и духовными благами является превращенной формой полного отрицания всего, что придает смысл человеческой жизни.

М. Хайдеггер с исчерпывающей полнотой выразил презрение философа к такому пониманию человеческого существования, при котором Бытие превращается в набор «ценностей», удовлетворяющих прихоти субъекта, чье недомыслие зашло так далеко, что он даже Бога называет «ценностью». Осуществленный