

УДК 78
ББК 85.31

DOI: 10.30628/1994-9529-2019-15.1-109-136
received 28.02.2019, accepted 22.03.2019

НАТАЛИЯ НОВАК

Университет им. Мартина Лютера
Галле-Виттенберг, Германия
ORCID: 0000-0002-2442-6167
e-mail: natalia.nowack@web.de

КОНЦЕРТ В (НЕМЕЦКОЙ) ГОСТИНОЙ. К ТЕМЕ О МЕДИАЛЬНОСТИ МУЗЫКАЛЬНОГО ИСКУССТВА

Аннотация. На основе данных по Федеративной Республике Германии в статье рассматриваются меры, предпринимаемые театральными и концертными организациями с целью расширения контингента зрителей за счет освоения виртуального пространства. Известно, что с момента формирования профессии музыканта-исполнителя критики уделяют внимание, в том числе, внешнему виду артиста. Аутентичность облика музыканта является одной из важнейших составляющих концертного ритуала. Предложения ведущих коллективов, таких как Берлинская филармония или Венская государственная опера, по распространению продукции в рамках онлайн-трансляций видятся автору в ключе сохранения «концертности». В таком случае «посещение слушателя на дому» — это не только попытка идти в ногу со временем. В свете исследований мультимодальности восприятия наличие визуальных раздражителей ведет к повышению его качества, а следовательно, и рейтинга академической музыки в глазах слушателя.

Текст статьи состоит из четырех разделов. За перечислением примеров виртуализации в сфере музыкального искусства следует описание сценариев, предлагаемых известными концертными и театральными коллективами. Сравнительный обзор наиболее интересных с точки зрения автора исследовательских проектов, посвященных зрелищной составляющей восприятия музыки, является центральным элементом статьи. В выводах затронута тема новых задач, возникающих перед традици-

онным музыкознанием, в том числе, в рамках исследований исполнительского искусства. В последних явно уже недостаточно опираться на материал, находящийся на физических носителях, т.е. необходимо осваивать новые методы учета.

Ключевые слова: музыкальное искусство, концерт, исполнитель, публика, виртуальность, стриминг, онлайн-трансляции, зрелищность, восприятие музыки, оптические и звуковые раздражители, «кабинетная музыка»

NATALIA NOVAK

Martin Luther University

Halle-Wittenberg, Germany

ORCID: 0000-0002-2442-6167

e-mail: natalia.nowack@web.de

THE CONCERT IN THE (GERMAN) DRAWING ROOM. CONCERNING THE THEME OF MEDIAN QUALITY OF THE ART OF MUSIC

Abstract. On the basis of the data about the Federal Republic of Germany the article examines the measures taken by theater and concert organizations with the aim of expanding the contingent of audiences by means of reclaiming virtual space. It is known that from the moment of the formation of the performing musician critics pay attention to many things, including the artist's outward appearance. The authenticity of the musician's image is one of the most important constituent parts of the concert ritual. Proposals of the leading music ensembles, such as the Berlin Philharmonic or the Viennese State Opera, regarding dissemination of production within the framework of online broadcasts are perceived by the author in the vein of preservation of the "concert-like" atmosphere. In such a case "visitation of the listener in his or her home" is not only the attempt to go along with time. In light of research works about the multimodality of perception the availability of visual irritants leads to the rise of its quality and, consequently, the ratings of classical academic music in the eyes of the listener.

The text of the article consists of four parts. After the enumeration of

examples of visualization in the sphere of the art of music there is a description of scenarios offered by well-known concert ensembles and theater groups. A comparative overview of the research products which are the most interesting from the point of view of the author, devoted to the spectacular component of perception of music, presents the article's central element. The conclusions draw upon the theme of new challenges appearing before traditional musicology, including, within the framework of research of the art of performance. In the latter it is, obviously, not sufficient to rely on the material contained on physical carriers, i.e. it becomes necessary to master new means of recording.

Keywords: the art of music, concert, performer, audience, virtual reality, streaming, online-transmission, audience appeal, perception of music, optical and sonar irritants, "cabinet music"

Тема «музыкант и публика» — одна из особенно широко представленных в российском музыкознании, начиная с зарождения социологической мысли о музыке в XIX веке (В. Михневич, Р. Грубер, Ю. Капустин и мн. др.) [1, 2, 3]¹. В традицию вписываются и современные исследования-обзоры, такие как монография Е. Дукова об институции концерта [5], и более узкие разработки по различным аспектам проблемы аудитории (М. Магидович, Е. Дуков, В. Трещев) [6, 7, 8]. Новому виду бытования академического искусства — в рамках представляемых интернетом возможностей — наоборот, как в российской, так и в зарубежной литературе внимание начинают уделять только в последние годы (М. Huber, M. Tröndle) [9, 10]. В то же время важнейшие поставщики звучащей и зрелищной продукции уже в течение десяти лет проводят в жизнь версию «концерта в гостинной»². В данной статье пред-

¹ Об истории социологии музыки в России см. [4].

² Проводя к началу каждого семестра излюбленные в Германии опросы участников лекций и семинаров, автор данной статьи обратила внимание на полную неосведомленность студентов, причем музыковедческого и музыкально-педагогического профиля, большинству которых онлайн-трансляции академической музыки не знакомы. В то время как ни один современный студент не может отказаться от услуг стриминга в его классической форме, наличие предложений «видео-концертов» эту группу потребителей не затрагивает совершенно. И тем не менее, как это будет видно в дальнейшем, спрос на онлайн-концерты растет.

принимается попытка увязать новое бытование классики как *fait social* и многочисленные лабораторные исследования по звуковому и комплексному восприятию (S. F. Platz и F. Kopiez, M. Schutz, W. F. Thompson и др.) [11, 12, 13]. На фоне наброска виртуальной музыкальной повседневности рассматриваются варианты концепций известных академических коллективов и приводятся данные избранных эмпирических исследований. Автор полагает, что последние дают убедительный ответ на вопрос «зачем?»

ВИРТУАЛЬНАЯ СФЕРА МУЗЫКАЛЬНОГО ИСКУССТВА И НЕМНОГО СТАТИСТИКИ

Говоря сегодня о виртуальной сфере музыки, нельзя не согласиться с тем, что она настойчиво и повсеместно вытесняет реальные элементы традиционной системы «музыкальная жизнь». Виртуальные музыкальные инструменты наполняют своим звучанием виртуальные же концертные помещения. Виртуальные индивидуумы, в первую очередь музыканты-исполнители, гарантируют приличный заработок обеспечивающим их композиторам. Последние, кстати, в этой комбинации традиционно «не роботы». С 1990-х годов, когда британская группа *Gorillaz* подала пример оживления персонажей комиксов, изменилось многое, но принципиальная идея «смешанного состава» осталась. Для виртуального артиста просто необходим реальный автор.

Первая виртуальная звезда *par excellence* Мики Хатсунэ (Miku Hatsune), как результат культивируемой в Японии симпатии к искусственной интеллигенции и успешного маркетинга программного обеспечения Vocaloid, дала колоссальный толчок сочинительству для машины³. Социология же музыки, кстати, феномен виртуальных звезд явно недооценивает. Артист как голограмма — это, конечно, забавно, но отсутствует, казалось бы, стандартная атрибутика идо-

³ Чтобы получить приблизительное представление о масштабности виртуальных звезд, достаточно бросить взгляд на перечень их вполне реальных «турне», к примеру: <https://mikuexpo.com/> (Дата обращения 03.03.2019).

ла. Но нет, до мельчайших деталей продуманное художественное воздействие образа привело к невероятному распространению виртуальных артистов, поющих в первую очередь по-японски и по-английски. Программы, позволяющие успешно выступать и на других языках, находятся в процессе разработки.

Существование виртуальных систем распространения — явление, в особом объяснении не нуждающееся. Виртуальные же сообщества, такие как объединение многотысячных коллективов под идеей и руководством харизматичного композитора и хорового дирижера Эрика Витакера (*Eric Whitacre*), интересны, наоборот, и с точки зрения психологии, и с точки зрения медиализации академического репертуара. Современному индивидууму сфера общения необходима как никогда. Если же эта сфера еще и виртуальна, то действие ее почти безгранично⁴. Любопытно, что Витакер не сочиняет специально для виртуальных проектов, а переносит в новый контекст уже опробованные в классическом хоровом варианте произведения. Можно сказать, обрабатывает для виртуальности. Пять реализованных на сегодняшний день виртуальных проектов Витакера нашли свой рынок сбыта, численности которого могут позавидовать все академически работающие композиторы XX и XXI вв., за исключением, разве что, авторов киномузыки и музыки для видеоигр. Причем под рынком в данном случае мы понимаем не слушателей, а в первую очередь исполнителей. Любопытно также, что японская (виртуальный солист) и американская (искусственное сообщество) модели перехода на новые условия музыкального взаимодействия встречаются в самом буквальном смысле. Сольную партию сопрано в виртуальном проекте № 4 Витакера «исполняет» на экране анимэ-персонаж⁵.

⁴ Тема виртуального единения рассматривается, напр., в статье Nico Schneidereit, в которой дается предварительное определение подобного сообщества [14, S. 384–385].

⁵ См.: Eric Whitacre, Fly to Paradise: URL <https://www.youtube.com/watch?v=Y8oDnUga0JU> (Дата обращения 19.02.2019).

От впечатляющих примеров медиального обращения с музыкальным материалом перейдем к статистике. Автору доступны в первую очередь данные по Федеративной Республике, поэтому остановимся пока на них. Нас интересует классика. В соответствии с числами, регулярно поставляемыми Всегерманским объединением музыкальной промышленности (*Bundesverband Musikindustrie e.V.*), компакт-диск в Германии на сегодняшний день продолжает оставаться ведущим продуктом сбыта, представляя в 2017 г. 85% физических носителей звукового материала [15, S. 10]. Свои позиции лидера среди звуковых носителей компакт-диск сохраняет вот уже в течение 30 лет.

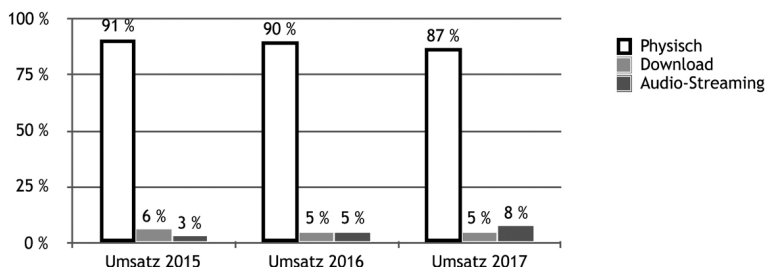


Таблица 1. Оборот музыкальных продуктов раздела классики в Федеративной Республике Германии (2015–2016–2017)⁶.

В таблице показан удельный оборот в разделе классики по годам с 2015 по 2017 годы⁷. Под стимингом (Audio-Steaming) понимается скачивание полного наименования со страниц официальных платформ; учет велся по конечным ценам для розничного покупателя. Мы наблюдаем незначительный рост доли стриминга в составе всего оборота. Однако на продажу физических носителей наблюда-

⁶ Иллюстрация цифр, опубликованных в Bundesverband Musikindustrie e.V. [16, S. 12 и 15, S. 12]. Эта и следующая иллюстрации уже использовались автором для подтверждения тенденций распространения музыкальной продукции (Natalia Nowack, Wolfgang Amadé Mozarts Klaviersonate № 11, KV 331 (300i) auf den physikalischen Tonträgern, Mainz 2018, Schott Campus).

⁷ Данные по 2018 г. в настоящий момент еще только обрабатываются.

емые изменения, на первый взгляд, практически не влияют. В то же время, даже без учета разницы в ценах между физическими и цифровыми медианосителями, нельзя ставить знак равенства между финансовой операцией и потреблением музыкальных продуктов. Даже такой фактор, как пользование библиотечными услугами, осуществляемое в Федеративной Республике в большой мере также через посредничество стрим-платформ, не поддается прямому учету через показатели сбыта.

Но самым важным косвенным признаком, указывающим на изменения в обращении со звуковыми источниками, является изменение структуры предложения. Как видно на следующей таблице, тут соотношение между физическими и цифровыми носителями совершенно иное. В 2016 г. это соотношение выражалось как один к двум, а год спустя физические носители составляли уже только 45% общего музыкального предложения.

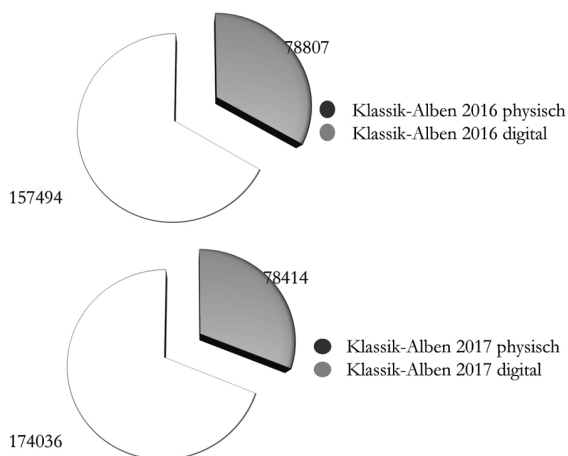


Таблица 2. Предложение в области классики за 2016 и 2017 гг., представлено количеством альбомов⁸.

⁸ Иллюстрация цифр, опубликованных в: Bundesverband Musikindustrie e. V. [16, S. 19 и 15, S. 19].

Для музыковедения как дисциплины напрашивается немало-важный вывод методологического порядка: учет материально существующих носителей, составляющий традиционный подход к охвату материала, например, в области анализа интерпретаций, теряет свое значение с каждым годом.

Переводя фокус исследования из области классики на музыку т.н. популярных жанров, музыковед оказывается на территории, ему не очень знакомой и в рамках «классического» обучения не предусмотренной. Но цифры сами говорят за себя⁹. Именно музыкальная промышленность обращает наше внимание на то, что для учета музыкальной активности населения настоящий момент — момент исторический. Так, в первом полугодии 2018 г. стриминг, если считать все данные по продаже, не разделяя музыку на академическую и популярную, впервые не только догнал, но и перегнал компактный диск¹⁰.

В свете актуального поворота в сторону цифровых носителей становится очевидным, что перечисленные в начале статьи виртуальные модели (или модели с виртуальными элементами) свой сбыт находят, и в ближайшие годы иметь будут. Что остается предпочесть тем, кто работает в традиционном русле?

ПРОГРАММЫ ИЗВЕСТНЫХ ПОСТАВЩИКОВ КОНЦЕРТНОГО И ТЕАТРАЛЬНОГО РЕПЕРТУАРА

Берлин, Кельн, Вена или Мюнхен — театрально-концертные организации вызов новых медиа приняли. Классическая музыка

⁹ Информационная роль музыкальной промышленности начинает в последние годы приниматься во внимание и учеными. Основанный в 1997 г. в Бонне Немецкий информационный центр по музыкальным вопросам (Deutsches Musikinformationszentrum, MIZ) существует благодаря поддержке экономики, политики и науки.

¹⁰ См.: BVMI-HALBJAHRESREPORT 2018: AUDIO-STREAMING ÜBERHOLT DIE CD. URL: <http://www.musikindustrie.de/news-detail/controller/News/action/detail/news/bvmi-halbjahresreport-2018-audio-streaming-ueberholt-die-cd/> (Дата обращения 10.02.2019). удельный оборот музыкальной продукции просчитан по ценам розничного покупателя, включая налог с оборота. Данные августа 2018 г. Хотя изменения в области классической музыки представлены не так сильно, продажа физических носителей сокращается с большой скоростью.

должна находиться на расстоянии движения мышки? — пожалуй-ста! Задействованы в равной мере телевизор, компьютер и телефон. Предлагаемый продукт — произведения академического репертуара, традиционно «закованные» в ограниченную вместимость концертных залов и в оригинальной версии основательно бьющие по кошельку клиента. Новая «упаковка» музыкального продукта довольно разнообразна, а маркетинг каждой административной единицы рассчитан на непосредственно «своего» зрителюслушателя. Определение «кабинетная музыка» [17, с. 149], как будет видно в дальнейшем, подходит только к части предлагаемой продукции.

Так, Берлинский филармонический оркестр — один из первых в мире оркестров, вышедший за рамки закрытого помещения, — строго следует принципам концертной обстановки. Музыканты в черных фраках на фоне начищенных до блеска деревянных настилов сцены, торжественная атмосфера концертного вечера (в оригинале должен быть именно вечер), интернет-сайт выдержан как бы в двух тонах, черном и цвете дерева¹¹. Венская государственная опера обращается к своей публике по-другому, используя элемент сопоставления. Венский призыв — вписать музыкальное событие (которого на сайте сначала даже не видно, среди домашнего интерьера ненавязчиво стоит работающий телевизор) в привычную атмосферу собственной гостиной¹². Даже освещение тут не случайно — никакой не вечер, приглушенный шторами свет, деликатно проникающий через окно. Смысл прост — событие оторвано от момента театрального действия, продукция *On-Demand*, т.е. пользование тогда, когда есть время (настроение, возможность).

Технические сценарии, как мы замечаем, различны. Аналогично и с финансовыми. От бесплатного пользования некоторыми отдельными продуктами через комбинации многократного прослушивания или пользования в рамках абонемента на оговоренный срок до доста-

¹¹ См.: [DIE] DIGITAL CONCERT HALL. URL: <https://www.digitalconcerthall.com/de/home> (Дата обращения 28.03.2019).

¹² См.: WIENER STAATSOPER LIVESTREAMING. URL: https://www.staatsoperlive.com/de/info/#tab_0 (Дата обращения 28.03.2019).

точно дорогостоящих предложений особенно высокого качества. Терминология не очень однозначна. В то время как менеджеры Венской оперы определяют *Live-Streaming* (онлайн-трансляции) как не архивируемую продукцию, которую можно прослушать исключительно в момент передачи¹³, в Берлине передаваемые сначала в реальном времени концерты вскоре переходят в архив. Там они становятся — вместе со специально для архивирования записанным материалом — доступными слушателю более традиционным способом. Вне зависимости от решения вопроса по поводу «сохранения» переданной одновременно с концертом программы, *Live-Stream* не означает, что слушатель в Нью-Йорке, желая поприисутствовать на концерте, транслируемом из Берлина, должен провести бессонную ночь. Временные зоны для основных групп клиентов просчитываются организаторами заблаговременно. Так, трансляция из Вены передается принципиально в основное телевизионное время зрителю.

Продукция *On-Demand*, означающая по определению прослушивание в записи в удобное для потребителя время, отличается такими возможностями как остановка, перерыв, повтор или перемотка до интересующего слушателя места. Наблюдающаяся в некоторых случаях разница с понятиями «архив» или «видеотека» — разница лишь порядковая. Первая продукция подразумевает относительно свежую запись, в то время как «архив» ассоциируется скорее с записями, имеющими историческую ценность.

Как уже было сказано, Берлинский филармонический оркестр — первый в своем роде. Сэр Саймон Рэттл (Sir Simon Rattle), до недавнего времени главный дирижер коллектива, открыл в сезоне 2008–2009 гг. так называемый *Digital Concert Hall* — виртуальный концертный зал филармонии. Перенесемся в те годы! Расцвет платформы YouTube, распространение социальных медиа и засилье мобильных телефонов еще впереди. Стрим-услуги в области классики поставщиками звуковой продукции практически не рассматривают-

¹³ См.: Ihr Wohnzimmer wird zur persönlichen Loge // WIENER STAATSOPER LIVESTREAMING. URL: https://www.staatsoperlive.com/de/info/#tab_3 (Дата обращения 28.03.2019).

ся, да и техника трансляции находится в процессе поисков. Получается, классический репертуар заявил о своих правах на современного слушателя, завоевывающего виртуальное пространство, очень рано (!). Конечно же, за прошедшие десять лет предложение стало более дифференцированным. Свыше 40 концертов в год (в текущем сезоне ровно 50) транслируются из Филармонии напрямую, цена по немецким меркам вполне доступная — 9,90 € за билет (срок действия 7 дней), 14,90 € в месяц в случае абонемент. Спустя некоторое время все записи переходят, как уже упоминалось, в архив, а прослушивание архивной продукции в Digital Concert Hall бесплатное.

Эти данные россиян удивлять не могут. Свердловская государственная академическая филармония опробовала идею виртуального концертного зала (Филармония-2) практически одновременно с Берлином¹⁴. Почти сразу была создана система «Филармонических собраний», которые способствуют саморегулированию трансляций по Свердловской области. В ноябре 2014 г. при поддержке Министерства культуры РФ на базе Московской государственной филармонии открылся Всероссийский виртуальный концертный зал — проект, принципы которого не отличаются от западноевропейских, а сфера влияния, пожалуй, их превышает. Сходной с западноевропейской оказывается и реклама, разве что в Москве обыгрывается «национальный элемент» передач: оптический фрагмент концерта соответствует карте Российской Федерации¹⁵. По данным сайта проекта, участие в нем принимают уже более 300 городов России, т.е. прослушивание в режиме онлайн обеспечено технически на различных широтах страны. Доступ — в виде абонемента. Особенность видеотеки составляют — кроме обычных записей — специальные проекты в виде образовательных программ или творческих встреч. Облегчен доступ к каталогам видеозаписей. За рубежом онлайн-трансляции, очевидно, пока не ведутся, но пользование архивом доступно. С 2017 года концерты транслирует также и Петербургская филармония.

¹⁴ См.: О проекте [Виртуальный концертный зал] // Свердловская филармония. URL: <https://www.sgaf.ru/vkz/o-proekte> (Дата обращения 03.03.2019).

¹⁵ См.: Онлайн-трансляция: Московская государственная академическая филармония. URL: <https://www.meloman.ru/videos/online/> (Дата обращения 03.03.2019).

Вернемся в Федеративную Республику. С 2012 г. концерты транслирует напрямую регулярно из Мюнхена Государственная опера Баварии под названием STAATSOPER.TV. Избранные представления передаются бесплатно. Аналогична ситуация и в Кельнской филармонии, которая транслирует примерно с того же времени (2013) отдельные симфонические концерты, примерно 6 концертов в год, также безвозмездно. Венские спектакли, предлагаемые с самого начала на очень высоком техническом уровне и регулярно, стоят на сегодняшний день 14–15 € за спектакль. Есть и более дорогие предложения люкс-класса. Продукция из видеотеки (в данном случае именно она называется On-Demand) идет по сниженным ценам, 5 € за спектакль¹⁶.

На сегодняшний день техникой высшего класса обладают все концертные организации подобного уровня. В каждом из залов имеется по несколько High-Definition видеокамер (8 в Вене, 7 в Берлине, от 4 до 6 в зрительном зале Мюнхена), а трансляция ведется параллельно по синхронным каналам, между которыми слушатель может переключать. Т.е. он может перемещаться по своему желанию из зала на сцену и обратно. Во многих случаях предлагается также заглянуть через плечо сотрудникам студии трансляции¹⁷. 40–50 микрофонов в оркестре (в случае театрального исполнения на сцене) являются стандартом технического оснащения. Качество передач зависит, таким образом, в первую очередь от технических возможностей аппаратуры клиента, трансляция ведется в различных модусах (3 скорости чтения в Мюнхене, 6 в Берлине или Вене). На сайте Берлинской филармонии можно сначала протестировать возможности своего интернет-приемника.

¹⁶ В связи с расценками на билеты рекламу Венского оперного «Ваша гостиная станет Вашей личной ложей» (в оригинале «Ihr Wohnzimmer wird zur persönlichen Loge») можно рассматривать как воздействие элемента эксклюзивности.

¹⁷ Интересное видео о происходящем за кулисами концертной программы можно посмотреть на одном из ресурсов Берлинской филармонии [DIE] DIGITAL CONCERT HALL. URL: <https://www.digitalconcerthall.com/de/info> (Дата обращения 10.02.2019) под рубрикой, которая так и называется: «Hinter den Kulissen».

ЗАЧЕМ НУЖНЫ ПОДОБНЫЕ УСИЛИЯ?

Много ли слушателей откликается на описанные выше предложения? — Много, — отвечают менеджеры Берлинского филармонического оркестра и называют за 2016 г. убеждающие цифры: 550 тыс. поклонников (т.е. слушателей, пользующихся предложением как платно, так и безвозмездно) и 20 тыс. клиентов, приобретших платный билет. За 2018 г. имеются уже 900 тыс. зарегистрированных пользователей и 30 тыс. обладателей (оплаченного) билета. В последних сообщениях прессы говорилось о миллионе пользователей¹⁸. Для сравнения: на традиционно проведенном концерте в Большом зале филармонии присутствуют 2250 зрителей, а в Камерном зале — 1180. При 40–50 концертах в год возможность посетить концерт предоставляется только около 100 тыс. слушателей (на зал). При том условии, что никто из них не сходит в Филармонию дважды. Число пользователей *Digital Concert Hall* — это ответ консумента на вопрос «зачем это нужно?»¹⁹»

Таким образом, количество говорит за себя. А сохраняется ли качество восприятия? Не проще было бы отказаться от зрелищного элемента в пользу звукозаписи? Опять же, предложений в форме радио (интернет-радио) на сегодняшний день принципиально больше.

ИССЛЕДОВАТЕЛИ — О ЗРЕЛИЩНОСТИ МУЗЫКАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

Завоевывание новых медиальных пространств не осталось незамеченным. Евгений Дуков расценивает «зрелищность» сегодняшнего дня как объективированную подачу материала, не очень

¹⁸ Об этом в своем январском выпуске сообщает радио SWR2. См.: 10 Jahre Digital Concert Hall der Berliner Philharmoniker // SWR2. URL: <https://www.swr.de/swr2/musik/konzertpionier-im-internet/-/id=661124/did=23156696/nid=661124/pqadk1/index.html> (Дата обращения 15.02.2019).

¹⁹ Прямой учет слушателей на данный момент затруднен. Устроители полагают, что необходимость отвечать на вопросы отпугнет потенциальных клиентов. Известно лишь примерное распределение — 75% слушателей находятся вне Федеративной Республики, из них на США приходится 18%, на Японию — 16%. Зато, если верить менеджменту Берлинской филармонии, большая часть современных телевизоров, рассчитанных на выход в интернет, обладает встроенным приложением для связи с *Digital Concert Hall*. (www.digitalconcerthall.com).

зависящую от воли адресата, как принципиальное вторжение пространства общественного в зону, до недавнего времени остававшуюся в пользовании исключительно личном [17, с. 143-145]. Но ведь мы уже социализированы этим вторжением, а значит дискомфорта от нарушаемой интимности жилища [18, с. 9–12] не испытываем. Скорее, наоборот, оторви нас от виртуального сообщества, и многие почувствуют себя неуютно.

Так как автор статьи представляет кафедру систематического музыкознания, в центре внимания будут находиться прежде всего эмпирические исследования. Крупные научно-исследовательские институты, как например Государственный институт музыкознания в Берлине (Das Staatliche Institut für Musikforschung der Stiftung Preußischer Kulturbesitz) проводят многолетние проекты, целью которых является смоделировать зависимость качества восприятия музыки от оптических раздражителей. Используя специальную «видеоакустическую лабораторию» — помещение, в котором отсутствует отражение звука²⁰, ученые создают для экспериментов наборы данных, в которых варьируются параметры всевозможных концертных и неконцертных помещений. На их основе имитируются различные варианты звучания. После этого подбираются подходящие оптические составляющие — получается виртуальный концертный зал в лабораторных условиях.

В то время как в Берлине ищут ответ на вопрос теоретического порядка, что испытывает зритель-слушатель, если он слышит исполнение из Гевандхауза, а видит при этом готический собор²¹, отдельными авторами даны уже интересные и заслуживающие внимание ответы на вопрос, связанный непосредственно с практикой — «зачем нужен виртуальный концерт?». Ведь речь идет не только об освоении новых рынков сбыта.

²⁰ Речь идет о проекте под названием SEACEN (Simulation and Evaluation of Acoustical Environments), начатом в 2011 г. и исследующем зависимость результатов восприятия от звукооптического окружения. См.: Akustik und Musiktechnologie // Staatliches Institut für Musikforschung. URL: https://simpk.de/akustik_303.html (Дата обращения 10.02.2019).

²¹ См.: там же.

Влияет ли зрение на слуховое восприятие, а если да, то до какой степени, а главное, почему? Примерно 4% населения, обладающие редким даром синестезии, в счет не идут. Речь идет об оставшихся 96% человечества, для которых восприятие в зависимости от воздействия на отдельные органы чувств локализуемо без особых проблем. Но и для них восприятие зрительное играет большую, а если верить исследованиям последних трех десятилетий, то с каждым новым исследованием как бы все бóльшую роль. Результаты новейших экспериментов публикуются под заголовками типа «Глаза слышат лучше, чем уши». Что кроется за подобными высказываниями?

Наибольший шум как в научной прессе, так и за ее пределами, вызвало исследование, проведенное в 2010 г. в Лондонском университетском колледже психологом и специалистом в области социальных наук Чиа Янгцэй (Chia-Jung Tsay). Суть выводов — чтобы улучшить восприятие музыкальных явлений имеет смысл заткнуть уши и распахнуть... глаза [19, p. 14580]. Шутки в сторону, Янгцэй привлекает внимание коллег к синхронности действия раздражителей. Дизайн ее исследования: популяции из 1200 участников были предложены 6-секундные фрагменты выступлений финалистов крупных международных фортепианных конкурсов. Часть участников эксперимента — люди с музыкальным образованием. На каждом из трех этапов эксперимента участникам были предложены записи трех финалистов с просьбой определить лауреата конкурса. Этапы подразделялись в зависимости от задействованных органов чувств: они содержали соответственно только изображение (1), звук и изображение (2) или же только звук (3).

Что же вызвало повышенное внимание прессы? Указать с достаточно высокой вероятностью на победителя конкурса (результат около 50%, в то время как статистическая независимость при трех участниках составляет 33%) испытуемые смогли исключительно в случае, когда демонстрировалась видеозапись без звука. При этом разницы между музыкантами и немужыкантами не наблюдалось

[19, p. 14581]²². Поводов для контраргументов это исследование дает много²³, но смысл выводов остается один — на нашу способность оценивать качество музыкального явления визуальная составляющая воздействует, и причем весьма основательно.

Тот факт, что зрение доминирует над слуховым восприятием, с точки зрения физиологии объясняется довольно просто. Центр головного мозга, отвечающий за обработку зрительной информации, принципиально больше центра, отвечающего непосредственно за информацию звуковую, — объясняют нейрофизиологи. Рост потока звуковой информации заметен только тогда, когда наплыв зрительной информации уменьшается. Например, в сумерки или при ухудшении зрения. Не случайно во многих залах во время концерта освещение сцены уменьшают. Но что же конкретно влияет на качество восприятия?

От разработки теории восприятия звуковых явлений госпожа Янгцэй, к сожалению, воздержалась. Заполнить этот пробел стараются на данный момент многие музыковеды в Федеративной Республике. Один из центров исследования музыкального восприятия находится в Ганновере. В 2011–2013 гг. там проводилась серия экспериментов для выявления особенностей поведения музыкантов-исполнителей в конкурсной обстановке. Привлекают внимание следующие этапы проекта. В 2012 г. было опубликовано сравнительное исследование-метаанализ с целью найти подтверждение зрительных компонентов при прослушивании музыкальных произведений, автор исследования Фридрих Платц (Friedrich Platz) [20]. На базе 15 экспериментальных исследований десятилетнего периода (2000–

²² Мультимодальность восприятия музыкальных явлений подтверждается многими экспериментами, как например, в исследовании Уильяма Томпсона (William Thompson) и Фрэнка Руссо (Frank Russo). Томпсон и Руссо сравнили результаты оценки слушателями взятых вокалистами интервалов при наличии или же отсутствии видеозаписи. Влияние зрелищной составляющей на результат эксперимента оказалось сигнификативным [см. 12].

²³ Не будучи музыковедом, автор интересуется в первую очередь взаимодействием раздражителей, а не условиями процесса восприятия. Таким образом, от ее внимания ускользает художественная сторона исполнения. С музыкальной точки зрения, использованные фрагменты разнородны.

2010) [соответствующая таблица помещена в 21, S. 58], в которых слушателями в зависимости от зрительных и акустических раздражителей определялась позиция «нравится или не нравится», были просчитаны величины эффектов. Популяция составила в общей сложности 1300 участников, что сравнимо с предыдущим исследованием. Результат анализа: как только к звуковому раздражителю добавлялся зрительный, оценка смещалась в пользу позиции «нравится» со средней величиной эффекта (0,51) [20, p. 80].

Получив этот результат, ученые пошли дальше. Почему бы не попробовать смоделировать восприятие концертного явления, или, по крайней мере, не выявить некоторые составляющие его элементы? Оттолкнуться можно хотя бы от принципов риторики [21, S. 29–30, и 22]. Дизайн этого исследования — интернет-эксперимент, участники — немусыканты. Им предложено выбирать подходящие по смыслу из солидного списка определений; в рамках предварительного исследования авторы собрали около 100 атрибутов, которые по их мнению могли бы влиять на результат восприятия музыкальных явлений²⁴. В результате эксперимента от 100 определений, предложенных авторами, остались только 6. Тут тоже не обошлось без неожиданностей. Привлекательность музыканта, как одна из возможных оценочных категорий, отпала сразу. На первый план выдвинулась категория «первое впечатление», которая заняла в ряду определений-победителей особое место [21, S. 150–151]. Соответствующие вопросы, влияющие на положительную оценку музыканта, звучали: «Как часто исполнитель обращает взор к публике?» или «Как часто исполнитель меняет направление взгляда?». Часть определений можно обозначить термином «решительность» (на языке оригинала «Entschlossenheit»): это и впечатление от характера шагов, которыми исполнитель выходит на сцену, и степень зрительного контакта с залом, и многие другие. До недавнего времени в Германии при подготовке музыкантов-исполнителей внимание на эти аспекты обращали

²⁴ Использовались термины, встречающиеся в критике, в авторских высказываниях композиторов и в художественных произведениях.

нечасто. Похоже, что фокусирование образования исключительно на звуковой составляющей подлжит пересмотру.

Тем более, что факты о влиянии визуальной составляющей на впечатления от концертного исполнения академической музыки особенно новыми не являются. Более 20 лет тому назад, изучая оценки выступлений пианистов молодежью, Клаус Бейне (Klaus Behne) вывел особую внемузыкальную категорию: признак увлеченности («*Zeichen des Engagements*»), которая играла ведущую роль при определении качества исполнения [23, S. 47]. Бейне опрашивал школьников 9-х и 10-х классов, демонстрируя им видеозаписи фрагментов концертов музыкантов с различными исполнительскими подходами. Вербальные высказывания участников исследования о том, что же является для них показателем хорошего качества игры, содержали понятия «увлеченного», «страстного» или «мотивированного» исполнения [23, S. 60].

Похожий опрос молодой британской исследовательницы Нулы Гриффитс (Noola K. Griffiths), но уже исключительно со взрослыми участниками, причем проведенный, что особенно интересно, среди музыкантов, позволил вывести еще одну внемузыкальную категорию — соответствие. В данном случае рассматривались выступления скрипачей, точнее, скрипачек. Исполнительницы были подобраны с тремя разновидностями одежды: спортивная (джинсы), одежда, подходящая для вечеринки (мини-юбка) или же традиционный вечерний стиль (длинное платье). Результат превзошел все ожидания. Видеофрагменты, записанные в традиционно концертной форме одежды, получили от слушателей наиболее высокие оценки, при том что звуковая дорожка оставалась неизменной [24, p. 280].

Райнхард Копиц (Reinhard Kopiez) — один из экспертов в области изучения интерпретации — находит определенную связь между особенностью аудиовизуального восприятия музыкальных явлений и феноменом, открытым в 1970-е гг. и известным под названием *McGurk-Effect* [25; см. об этом 22, 20]. Речь идет о синхронной переработке чувственных раздражителей, воспринимаемых одновре-

менно, о так называемой мультисенсорной интеграции. Феномен известен уже давно, но определением удельного веса отдельных раздражителей заинтересовались лишь в последнее время. А уж вопросу, из каких элементов и при каких обстоятельствах доминирует, придается внимание лишь в последние 6–8 лет.

Покидая экспериментальную сферу науки и обращаясь к непосредственному эмоциональному миру слушателя, обнаруживаешь, что определенные закономерности были известны уже очень давно. Музыканта недостаточно слышать, его необходимо видеть — когда это, собственно, стало известно? С момента отделения исполнителя от композитора и появления музыканта нового типа — музыканта-виртуоза, т.е. лет этак 150 тому назад. Паганини или Лист — в рецензиях на их концерты повторяется один и тот же аспект, на который почему-то годами не обращали внимания: чтобы прочувствовать их выступления, необходимо их видеть.

«Все взгляды были направлены на дверь, из которой должен был появиться артист. И хотя повсюду известен его портрет, а именно очень удачно написанный Крихубером, увековечившим с поразительной точностью его профиль Юпитера, сам юный Юпитер вызывает интерес тем больший. [...] Все общество приветствовало его появление восторженными возгласами, в ответ на что он начал играть. [...] Ни у одного артиста, за исключением Паганини, не встретить такой силы, с которой он может подчинить себе публику, ее поднять, повести за собой и уронить. [...] Но это необходимо слышать, а также видеть. Листу нельзя играть за кулисами, большая часть поэзии исчезнет тогда безвозвратно» [26, S. 333–334, пер. с нем. Н. Новак].

Так писал в 1840-м году Роберт Шуман. Кроме акцента на видение, обращает на себя внимание еще одна немаловажная особенность текста, которая в свете перечисленных наблюдений последнего времени кажется почти само собой разумеющейся — концерт начинается для Шумана не с первого звука, а с первого шага исполнителя на сцену.

О Паганини современники отзывались в похожем духе, хотя иногда, на первый взгляд, и по-другому: «Каждая пара глаз устремилась на сцену. Каждое ухо приготовилось внимать. [...] Наконец на сцене появились очертания темного образа, который казался пришедшим прямо из преисподней. Это был Паганини в своем черном концертном костюме. Черный фрак и черная же жилетка ужасающего покроя, такого, что мог быть предписан этикетом подземного царства при дворе Прозерпины. [...] В угловатых изгибах его туловища была сокрыта ужасающая деревянность и одновременно нечто шутовское и звериное [...]» [27, S. 577, пер. с нем. Н. Новак].

Критически настроенный наблюдатель Генрих Гейне описывает в 1830 г. выступление Паганини в Гамбурге не без иронии. Он тоже выделяет как значительное для аудитории первое впечатление от выхода музыканта на сцену и фокусирует свое внимание на аспектах, с музыкальным содержанием вечера несколько не связанных. Но его занимает соответствие, т.е. в данном случае, вопиющее несоответствие зрительных (внешних) раздражителей и самого музыкального факта. В отличие от Листа, Паганини — личность неоднозначная. Он не только артист, но и выдающийся антрепренер. Своему воздействию на публику он уделяет, судя по свидетельствам очевидцев, колоссальное внимание, задействовав все имеющиеся в его распоряжении ресурсы²⁵. Для начала XIX в. это необычно, и реакции слушателей разделяются, оставляя нам свидетельства того, что требование «целостности» образа артиста — категория, возникшая практически одновременно с появлением профессии музыканта-исполнителя.

На прочувствованной авторами отзываются взаимосвязи между элементами зрительной и звуковой сфер стоит остановиться поподробнее. В связи с заменой «первого звука» на «первый шаг на сцену» имеет смысл пересмотреть популярные среди социологов музыки концепты музыкальной коммуникации. В свете новых фактов (или же фактов, на которые в течение долгого времени не обращали

²⁵ Известностью пользуются высказывания Фанни Мендельсон (Хензель), которая определяла зрительную составляющую облика Паганини как «пикантная» [28].

внимания) напрашивается возможность нового определения музыкального действия. Классическая цепь «источник — медиум — получатель» для описания концертной ситуации годится только в случае, когда отсутствует составляющая зрелищности²⁶.

Привлекает внимание модель, набросанная упоминавшимися уже в данной статье музыковедами из Ганновера [см., например, 22]. Они отталкиваются от теории социальной роли канадского исследователя типов поведения Ирвинга Гофмана (Erving Goffman) [29]. Согласно этой теории, наша жизнь — игра, как на сцене, вследствие чего модель к ситуации концерта подходит даже в буквальном смысле. Взаимоотношение между исполнителем и публикой рисуется в плане перехода первого от роли приватной к роли общественной. Музыкант за сценой и он же перед публикой — две различные по содержанию роли, каждая из которых регулируется своим кодексом правил и оценочных стандартов. Выход исполнителя на сцену приравнивается к старту стратегической коммуникации. Исполнитель стремится произвести хорошее впечатление еще до начала музыкального акта (хорошее по оценочным стандартам, которые, в свою очередь, вырабатываются на фоне распространенных в конкретном обществе представлений о содержании роли) [29, S. 17].

Понятие «менеджмент впечатлений» (по-немецки *Eindrucksmanagement*) описывает комплекс усилий, направленных на создание благоприятного впечатления у остальных участников коммуникации, иными словами, контроль за внешностью. Ожидания зрителей направлены с момента появления артиста на сцене на его внешность, одежду, мимику, жесты. Все то, что не соответствует ожидаемому, оценивается как «неадекватное» и ухудшает оценку роли. Соответствие теории социальной роли и результатов исследований, о которых на предыдущих страницах шла речь, подкупает [23, 24]. Для исполнительской практики это означает, что музыкант должен

²⁶ Хотя бы уже потому, что во времени позиция посредника не находится между источником и адресатом.

убеждать свою публику полностью, всеми имеющимися в его распоряжении средствами, а не только исполнением в узком смысле этого слова.

Ситуация концерта, таким образом, с точки зрения публики, — это тест на аутентичность облика музыканта²⁷. Последняя важна как один из принципов ориентации, облегчающий восприятие произведений искусства. Реальность концерта играет при этом далеко не последнюю роль [10, S. 12 и S. 26]. Передачи-онлайн служат — хотя и в несколько отвлеченной форме — сохранению концертного модуса, а значит, в конечном счете, способствуют ориентации зрителю.

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Одной из задач музыкознания является фиксация актуальной фазы развития музыкального искусства. До недавнего времени работа с физическими носителями была единственной основой для анализа звучащей материи. Из рассмотренных данных по Федеративной Республике Германии явствует, что в области так называемой классической музыки работа с физическими носителями может осуществляться еще в течение определенного времени. Но не очень долго. Не анализировать музыкальные артефакты, распространяющиеся по альтернативным каналам, уже невозможно. Становится очевидным, что необходимо разрабатывать новые методы учета.

Наше музыкальное окружение наполнено виртуальными элементами. Хотя в области академической музыки процесс перехода к новым моделям восприятия по сравнению с областью музыки популярной замедлен, руководство театральных и концертных организаций участвует в поиске новых сценариев. Классическая музыка

²⁷ О том, что понятие аутентичности артиста может использоваться в различных, а порой и в прямо противоположных значениях, написано много. Интересную классификацию подходов, правда, в области музыки популярной, предложил Ральф фон Аппен (Ralf von Appen) [30, S. 48].

бытует сегодня как музыка «кабинетная» и музыка «для гостиной». Одной из целей менеджмента является сохранение формы концерта / спектакля, что с точки зрения психологии музыки очень важно. Зрительная составляющая потока информации, имеющего место при восприятии концертантного музыкального события, означает — при самой осторожной формулировке — обогащение восприятия.

Растущее число зрителеслушателей онлайн-трансляций подтверждает важность зрелищности на уровне потребителя. Просчет аспекта доступности оперной постановки крупного театра или же концерта берлинского или московского электронного обслуживания филармонии становится новой частью задач социологии и психологии музыки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Михневич В. Очерк истории музыки в России в культурно-общественном отношении // Михневич В. Исторические этюды русской жизни: в 3-х томах. Т. 1. СПб, 1879. 359 с.

2. Грубер Р. Из области изучения музыкальной культуры современности // *De musica: Временник отдела музыки Государственного института истории искусств*. Л.: Academia, 1928. Вып. IV. С. 144–167.

3. Капустин Ю. Музыкант-исполнитель и публика: Социологические проблемы современной концертной жизни: исследование. Л.: Музыка. Ленингр. отд, 1985. 160 с.

4. Nowack N. Anfänge der Musiksoziologie. Russisch-sowjetische Quellen: 1900–1930. Frankfurt am Main: GmbH: Peter Lang: Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2017. 521 S.

5. Дуков Е. Концерт в истории западноевропейской культуры. М.: Классика-XXI, 2003. 254 с.

6. Магидович М. Петербургские филармонические традиции сквозь призму современных потребительских практик // *Журнал Новой экономической ассоциации*. 2012. № 2 (14). С. 153–158.

7. Дуков Е. Новые размышления о публике // *Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований*. 2012. № 3. С. 31–35.

8. Трещев В. Основные формы продукции в музыкальной индустрии // *Общество. Среда. Развитие (Terra Humana)*. 2007. № 2 (3). С. 29–36.

9. Huber M. Musikhören im Zeitalter Web 2.0. Theoretische Grundlagen und empirische Befunde. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2018. 237 S.
10. Das Konzert II. Beiträge zum Forschungsfeld der Concert Studies / ed. M. Tröndle. Bielefeld: TRANSCRIPT VERLAG, 2018. 492 S.
11. Platz F., Kopiez R. When the first impression counts. Music performers, audience, and the evaluation of stage entrance behavior // *Musicae Scientiae*. 2013. 17 (2), pp. 167–197.
12. Schutz M. Seeing music? What Musicians Need to Know about Vision // *Empirical Musicology Review*. 2008. № 3, pp. 83–108.
13. Thompson W. F., Graham P., Russo F.A. Seeing Musical Performance. Visual Influences on Perception and Experience // *Semiotica*. 2005. 156, pp. 203–227.
14. Schneidereit N., Whitacres E. «Virtual Choir» als Chormusik 2.0 — Gemeinschaftliches Musizieren ohne Gemeinschaft // *Die Musikforschung*. 2017. № 4, S. 370–386.
15. Bundesverband Musikindustrie e.V., Musikindustrie in Zahlen 2017 [Электронный ресурс] / ed. F. Drücke. Berlin, 2018. URL: <http://www.musikindustrie.de/download-jahrbuch/> (Дата обращения: 10.02.2018).
16. Bundesverband Musikindustrie e.V., Musikindustrie in Zahlen 2016 [Электронный ресурс] / ed. F. Drücke. Berlin, 2017. URL: <http://www.musikindustrie.de/download-jahrbuch/> (Дата обращения: 10.02.2018).
17. Дуков Е. Сеть: публика и искусство. М.: ГИИ, 2016. 212 с.
18. Дуков Е. Номо повус: интериоризация медиа // *Наука телевидения*. 2010. №7. С. 8-20.
19. Tsay C.-J. Sight over sound in the judgment of music performance // *PNAS*. 2013. 110 (36), pp. 14580–14585.
20. Platz F., Kopiez R. When the eye listens: A meta-analysis of how audio-visual presentation enhances the appreciation of music performance // *Music Perception*. 2012. Vol. 30, pp. 71–83.
21. Platz F. Wenn der Musiker erscheint: Der audiovisuelle Eindruck im Konzert. Marburg: Tectum Wissenschaftsverlag, 2014. 223 S.
22. Kopiez R., Platz F. Der audio-visuelle Interpret: Wie die Wechselwirkung von Sehen und Hören unser Gefallensurteil beeinflusst // *Perspektiven musikalischer Interpretation*. Würzburg, 2016. S. 25–41.
23. Behne K.-E., Gehört, gedacht, gesehen. Zehn Aufsätze zum visuellen, kreativen und theoretischen Umgang mit Musik. Regensburg: ConBrio, 1994. 198 S.

24. Griffiths N. K. The effects of concert dress and physical appearance on perception of female solo performers // *Musicae Scientiae*. 2008. Vol. 12, pp. 273–290.

25. McGurk H., Macdonald J. Hearing lips and seeing voices // *Nature*. 1976. Vol. 264, pp. 746–748.

26. Robert Schumann in seinen Schriften und Briefen / ed. W. Boetticher (=Klassiker der Tonkunst). Berlin, 1942. 516 S.

27. Heine H. Florentinische Nächte // Heine H. Werke II. Frankfurt am Main, 1968. S. 559–612.

28. «Die Musik will gar nicht trutschen ohne Dich» // Fanny und Felix Mendelssohn. Briefwechsel 1821 bis 1846. Ed. E. Weissweiler. Berlin, 1997. 184 S.

29. Goffman E. Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Zurich, 1996. 251 S.

30. Appen R. von. Schein oder Nicht-Schein? Zur Inszenierung von Authentizität auf der Bühne // *Ware Inszenierungen. Performance, Vermarktung und Authentizität in der populären Musik*. Bielefeld, 2014. S. 41–70.

REFERENCES

1. Mihnevich V. Ocherk istorii muzyki v Rossii v kul'turno-obshchestvennom otnoshenii. Mihnevich V. Istoricheskie ehtyudy russkoj zhizni: v 3-h tomah. T. 1. SPb, 1879. 359 p.

2. Gruber R. Iz oblasti izucheniya muzykal'noj kul'tury sovremennosti. De musica: Vremennik otdela muzyki Gosudarstvennogo instituta istorii iskusstv. L.: Academia, 1928. Vol. IV, pp. 144–167.

3. Kapustin Y. Muzykant-ispolnitel' i publika: Sotsiologicheskie problemy sovremennoy kontsertnoy zhizni: issledovanie [The Performing Musician and the Audience: Sociological Issues of Modern Concert Life: a Research Work]. Leningrad: Muzyka. Leningrad Section, 1985. 160 p.

4. Nowack N. Anfänge der Musiksoziologie. Russisch-sowjetische Quellen: 1900–1930. Frankfurt am Main: GmbH: Peter Lang: Internationaler Verlag der Wissenschaften, 2017. 521 S.

5. Dukov E. Koncert v istorii zapadnoevropejskoj kul'tury. M.: Klassika-XXI, 2003. 254 p.

6. Magidovich M. Peterburgskie filarmonicheskie tradicii skvoz' prizmu sovremennyh potrebitel'skih praktik. Zhurnal Novoj ehkonomicheskoy associacii. 2012. № 2 (14). S. 153–158.

7. Dukov E. Novye razmyshleniya o publike. Teleskop: zhurnal sociologicheskikh i marketingovykh issledovanij. 2012. № 3, pp. 31–35.
8. Treshchev V. Osnovnye formy produkcii v muzykal'noj industrii. Obshchestvo. Sreda. Razvitie (Terra Humana). 2007. № 2 (3), pp. 29–36.
9. Huber M. Musikhören im Zeitalter Web 2.0. Theoretische Grundlagen und empirische Befunde. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2018. 237 S.
10. Das Konzert II. Beiträge zum Forschungsfeld der Concert Studies. Ed. M. Tröndle. Bielefeld: TRANSCRIPT VERLAG, 2018. 492 S.
11. Platz F., Kopiez R. When the first impression counts. Music performers, audience, and the evaluation of stage entrance behavior. *Musicae Scientiae*. 2013. 17 (2), pp. 167–197.
12. Schutz M. Seeing music? What Musicians Need to Know about Vision. *Empirical Musicology Review*. 2008. № 3, pp. 83–108.
13. Thompson W. F., Graham P., Russo F.A. Seeing Musical Performance. *Visual Influences on Perception and Experience. Semiotica*. 2005. 156, pp. 203–227.
14. Schneiderei N., Whitacres E. «Virtual Choir» als Chormusik 2.0 — Gemeinschaftliches Musizieren ohne Gemeinschaft. *Die Musikforschung*. 2017. № 4, S. 370–386.
15. Bundesverband Musikindustrie e.V., Musikindustrie in Zahlen 2017. Ed. F. Drücke. Berlin, 2018. URL: <http://www.musikindustrie.de/download-jahrbuch/> (10.02.2018).
16. Bundesverband Musikindustrie e.V., Musikindustrie in Zahlen 2016. Ed. F. Drücke. Berlin, 2017. URL: <http://www.musikindustrie.de/download-jahrbuch/> (10.02.2018).
17. Dukov E. Set': publika i iskusstvo. M.: GII, 2016. 212 p.
18. Dukov E. Homo novus: interiorizaciya media. *Nauka televideniya*. 2010. №7, pp. 8–20.
19. Tsay C.-J. Sight over sound in the judgment of music performance. *PNAS*. 2013. 110 (36), pp. 14580–14585.
20. Platz F., Kopiez R. When the eye listens: A meta-analysis of how audio-visual presentation enhances the appreciation of music performance. *Music Perception*. 2012. Vol. 30, pp. 71–83.
21. Platz F. Wenn der Musiker erscheint: Der audiovisuelle Eindruck im Konzert. Marburg: Tectum Wissenschaftsverlag, 2014. 223 S.

22. Kopiez R., Platz F. Der audio-visuelle Interpret: Wie die Wechselwirkung von Sehen und Hören unser Gefallensurteil beeinflusst. Perspektiven musikalischer Interpretation. Würzburg, 2016. S. 25–41.
23. Behne K.-E., Gehört, gedacht, gesehen. Zehn Aufsätze zum visuellen, kreativen und theoretischen Umgang mit Musik. Regensburg: ConBrio, 1994. 198 S.
24. Griffiths N. K. The effects of concert dress and physical appearance on perception of female solo performers. *Musicae Scientiae*. 2008. Vol. 12, pp. 273–290.
25. McGurk H., Macdonald J. Hearing lips and seeing voices. *Nature*. 1976. Vol. 264, pp. 746–748.
26. Robert Schumann in seinen Schriften und Briefen. Ed. W. Boetticher (=Klassiker der Tonkunst). Berlin, 1942. 516 S.
27. Heine H. Florentinische Nächte. Heine H. Werke II. Frankfurt am Main, 1968. S. 559–612.
28. «Die Musik will gar nicht trutschen ohne Dich». Fanny und Felix Mendelssohn. Briefwechsel 1821 bis 1846. Ed. E. Weissweiler. Berlin, 1997. 184 s.
29. Goffman E. Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Zürich, 1996. 251 S.
30. Appen R. von. Schein oder Nicht-Schein? Zur Inszenierung von Authentizität auf der Bühne. *Wäre Inszenierungen. Performance, Vermarktung und Authentizität in der populären Musik*. Bielefeld, 2014. S. 41–70.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

НАТАЛИЯ НОВАК

PhD, приват-доцент

Университета им. Мартина Лютера, Галле-Виттенберг

IMMS, Abt. Musikwissenschaft

KleineMarktstrasse, 7

06108 Halle (Saale)

ORCID: 0000-0002-2442-6167

e-mail: natalia.nowack@web.de

ABOUT THE AUTHOR

NATALIA NOVAK

PhD, Privatdozent

Martin Luther University Halle-Wittenberg

IMMS, Abt. Musikwissenschaft

Kleine Marktstrasse, 7

06108 Halle (Saale)

ORCID: 0000-0002-2442-6167

e-mail: natalia.nowack@web.de