



25-дәріс



ҚАЗАҚСТАННЫҢ
АШЫҚ
УНИВЕРСИТЕТІ

ӘЛЕМ МУЗЫКАСЫНЫҢ ТАРИХЫ. 2-БӨЛІМ

Жаңа капитализмнің жаһандануы
мен талғамның коммерциялануы





Кітап: Әлем музыкасының тарихы. 2-бөлім
Дәріс: Жаңа капитализмнің жаһандануы мен талғамның коммерциялануы
Дәріс авторы: Әлия Сабырова

Дәрістің мақсаты: Америкадағы «жаңа капитализмнің жаһандануы мен талғамның коммерциялануының» үдерісін сипаттау. Кембридждік жинақтағы бұл жұмыстың авторы Тимоти Тейлор бүгінгі күннің дискурсы ретінде жаһанданудың өрісін және жаңа капитализм үрдісінің мәдени өндірістің кей тұсын жіберіп алғанын бағамдайды.

Музыканы қолданатын теледидар және жазба сынды бұқаралық ақпарат құралдарының өндірушілері көп жағдайда, музыкада коммерциялық мақсатпен жүретін «музыкалық жетекші» деп аталатын адамдарға арқа сүйейді. Олар және қарапайым тындаушы өздеріне қажеттіні табу үшін, түрлі ұсынушы жүйелердің онлайн–сүзгішіне тәуелді. Осылайша, жаңа капитализмнің жаһандану жағдайына қабілетті талғам, мәдени өндіріс саласында, музыкалық жетекші деген жаңа мамандықта және ұсыну жүйелерінде коммерцияланған жаңа мағынаға ие болды.

Француз әлеуметтанушысы Пьер Бурдьё «жаһандану» термині құпия сөз және ұран тәрізді әрекет етеді деп жазды. Ол 20-ғасырдың соңғы он жылдығында белсенді түрде қолданысқа енді. Жаһандану замандастарының жеке дискурсына өте жылдам айналып, бүгінгі ойлаудың басқа түрлеріне мән бермейді. Бұл үрдіс, бәлкім, жаһандану туралы жиі айтатын авторлардың бірі, Арджуна Аппадураяның ол туралы құрған басты дискурсында өте жарқын көрсеткен.

Бүгінде жаһандану - медиа термин ретінде, күнделікті және университеттік қалашықтарда жиі қолданылатын сөздерден, қазіргі заманға сипаттама беретін басқа да барлық тәсілдерден асып түседі.

Жаһандану әдетте өзгерістердің құралы ретінде ұсынылады, замануи капитализмнің нақты шегі немесе тарихи шарт емес. Энтони Гидденс «Замануилықтың нәтижесі» атты кітапбында түсіндірме береді, оның есебінше жаһандану жеке өмірге ие. Жаһандану қазіргі заманғы көптеген сипаттамалардың бірі ретінде сирек қарастырылады

Бурдьё кейінгі жұмыстарында, жаһандану «жай ғана... бүкіл әлемге нарық пен экономика мен экономикалық күштің даусыз үстемдігін неолибералды теріске шығару» болып табылады. Ақыр соңында, Маркс өз дәуірінің либерализмін ғана емес кең тарихи жүйеге жататын тарихи капитализмді де түсінуге тырысты. Капитализм тарихи жүйе ретінде теңдеуден алынып неолиберализм немесе жаһанданумен ауыстырлса, бір нәрсе жоғалып кетеді. Тарихтың шағын бөлігін түсіндіретін (мысалы, посмодерн) сияқты басқа терминдер, қайта анықтап және оны тудырған тарихтан ажырауы тым оңай болады.

ЖАҢА КАПИТАЛИЗМ ЖӘНЕ МӘДЕНИ ӨНДІРІС/ БҮГІНГІ ТҰТЫНУ: КІРІСПЕ

Бүгінгі капитализм батырлары Билл Гейтс сынды пірге немесе одан да күштірек тұлғаға - марқұм Стив Джобске қарағанда алғырлығы кемдеу.

Егерде біз жалпылама әлемдік музыка және музыкалық өндіріс жайлы ойлайтын болсақ, біз жай ғана жаһандану емес, жаһандық жаңа капитализм үдерістеріне қатысамыз, сонда біз не үйренеміз? Жоғарыда айтылған мәдени формалардың өндірісіне, музыка сияқты түріне қандай қатысы бар? Капитализмнің жаһандануының негізгі әсері музыкаға негізделген. Бұл жағдай, Батыстан әкелінген музыканың басым бөлігі жаңа капитализмнің тауар және тұтыну экономика жүйесіне еніп кеткенін көрсетеді. Бұл қарапайым бақылау, жаһандану сценариінің бір бөлігі, ал біздің берекелі әлем жаһандану болып табылады. Дегенмен, музыка әлеміндегі соңғы өзгерістер нарративті жаһандануға қарағанда, көбірек жаңа капитализм үшін қолайлы. Бұқаралық ақпарат құралдарының кең таралуында көрсетілген мәдени индустрияда болып жатқан өзгерістерге қарамастан, басқасын айтпағанда, талғамды ақпараттандырып және коммерциялаған жаңа компьютерленген өндірістің күшіне зерттеу жүргіземіз.

ЖАҢА КАПИТАЛИЗМДЕГІ МУЗЫКАЛЫҚ ТАЛҒАМНЫҢ АҚПАРАТТАНДЫРЫЛУЫ

Фредрик Джеймисон 1984 жылы «Постмодернизм немесе кейінгі капитализмнің мәдени қисыны» деген эссе жариялады. Оның айтуынша, кейінгі капитализм өзін айрықша көзқарас тұрғысынан танытты. Жоғары мәдениет буржуаздық зерттеулердің басты нысаны болып қала береді; бұл нақты бір тұлға жағдайы, өнер туындысының, Джеймисонның айтуындағы «нысандық түріне» айналады деп болжайды. Егер біз бұның орнына өнер тапқыш пен таратушы туралы ойлайтын болсақ, өнер туындыларының шығармашылық сипаты бұрынғысынша бірдей болып қала береді. Көркем-мәдени өндіріс саласында стиль - жеке құрушының мәні ретінде, жаңа капитализмнің жұмыс орны ретінде қарастырылуы мүмкін,



бірақ капитализмнің немесе кез келген ауқымды жүйені, бір адамның жұмысында, ой-өрісінде анықтау қиын. Механикалық өндіріс дәуірінің келуімен күрт өзгерген нәрсе тек өндіру құралы ғана емес, оның ішінде тарату құралы да бар.

Көркем-мәдени өндіріс ғасырлар бойы қатты өзгеріске ұшырамаса да заманауи тарату әдістеріне сүйенеді. Ғаламтор дәуіріндегі таралым тауарды бұрын-соңды болмаған қолжетімділікке жеткізді. Көптеген ғалымдар бүгінде тұтынушыларға қолжетімді тауарлардың, музыканы да қосып айтқанда түрлілігінің көптігін жазады. Соған қарамастан, тауарға толы әлемде таңдау жасау қиынға соғады. Google ғаламтордағы ең танымал іздеу жүйесінің құны ондаған миллиард тұрады. Ғаламторда классикалық музыканы іздеу мәселесі бойынша бақылаушылардың бірі, оны іздеу танымал музыкадан гөрі күрделі болып табылатынын айтты, «іздеу технологиясы - қазіргі уақытта технологияларды дамытудың ең қызып тұрған салаларының бірі». Іздеудің маңыздылығы мынадай: 2007 жылы АҚШ-тағы жарнама индустриясының негізгі апталық хроникасы өзінің шығарылымдарының бірінде «іздеу» атты арнайы жыл сайынғы бөлімді қолға ала бастады, атап айтқанда: «маркетологтар іздеудің маңыздылығын түсінеді».

«Іздеу» - жеке дәреже болды. Кейінірек журнал «іздеу жарнамаға кететін онлайн шығынның 40% құрайтынын» айтты. Мәдениет индустрия өндіріс шығындарын азайту және пайданы барынша көбейту үшін блокбастерлерді іздеуді жалғастыруда, ал бөлшек сауда сатушылар сату үлгілерінің «ұзын сонар» аталуына жиі ауысады. Бұның астарында музыкалық өнімнің үлкен базасын және біртіндеп бөлшек сауданы құру жатты. Егер әлемдік музыка бұрын капитализмнің коммерцияланған әлемімен, ән немесе топтама сияқты түрімен қамтылған болса, ал енді ол байтты суреттейді: деректерге негізделген сандық жүйе - бұл жаңа капитализм машинасының «жем» түрі.

МУЗЫКАЛЫҚ ЖЕТЕКШІНІҢ ПАЙДА БОЛУЫ

Музыканың сандық түрдегі жарылысы, мәдени өнеркәсіптегі әлемге жаңа жұмыс берген үлкен ағын болды: жазылған музыканың үлкен шытырман фильмдерде және эфирге шығару үшін қалай бағыттауды білетін менеджер.

Кино және теле-продюсерлер музыкалық супервайзерді жалдау туралы шешім қабылдай алады, оның міндеті өз «талғамына» сай, фильмге немесе теледидар бағдарламасына бірегей музыка жазу үшін музыкант пен композиторды және музыканы таңдау. Музыкалық жетекші «талғамды» адам, енді ол фильмді түсірушімен қатар бедел мен атаққа таласа алады.

Музыкалық продюсердің және оның нотификациясының маңыздылығының артуы оның «талғамымен» анықталады. Ретсіз дыбыстардың өсу барысында талғамы бар өнре жасаушысы ғана, патша бола алады: «Бұл әрқашанда талғамға байланысты» - дейді аты аңызға айналған музыкалық магнат Рик Рубин. Заманауи әлемде талғам таптырмас қажеттілік; танымал музыкада әйтеуір біреу әлемнің барлық дыбыстарында бағдарлы болуы тиіс. Фильмдер мен теледидарлы саундтректерде музыканы, әлемдік музыканы қолдану табысты бизнеске айналды.

Музыкалық жетекші мамандығы саундтректерді сату арқылы алынған табыстан туындады. Мысалы, Американдық кинорежиссер Лоуренс Кэзданның Голливуд жұлдыздарының қатысуымен түсірген, 1983-жылғы The Big Chill фильмінің композиторы Арета Франклин болды. Кино-өнеркәсібіндегілер, осындай саундтрек топтамаларынан айтарлықтай табыс алуға болатынын түсінді. Музыкалық супервайзерлерді «плейлист жеткізушілері, iTunes табынушылары, іздеу жүйесінің құлақтары» деп атайды. Бұл мамандық 1990-жылдың басында қарқынды түрде дамыды. Оның өкілдері кинофильмдер мен бағдарламалар үшін музыка таңдауда айрықша күшке ие болуы мүмкін. Бір музыкалық жетекші былай деді: «Егер сіздің тобыңыз жергілікті деңгейде жетістікке жетсе, сіз үлкен тобыр жинайтын тамаша концерт ойнайсыз. Сіз аудиторияға қарап өзіңізге сұрақ қоясыз, осы аудиторияның арасынан біреу сіздің мансабыңызға көмектесе ме; сізге көбірек музыкалық супервайзер немесе продюсер қажет, ол дыбыс жазатын компанияның жетекшісі емес, өрлеудің жолын іздестіретін адам». Ол тағы былай деді: «Кез келген музыканттың мансабында теледидарға арнап шығару өте құнды және позитивті қадам болып табылады. Бұл 1955 жылы радиоға түсу дегенмен тең... Ал теледидар шоуларының көбі музыкаға негізделген. Кәсіптік жасқа жеткен топтың үлкен пайызы теледидардан көргеніне қарай музыканы сатып алады. Теледидар шоуларына музыка таңдайтын адамдарға сенім мол; шоу көрермендері өз талғамдарына сенеді. Осылайша, ең қызығы, композиторларға ұқсап, адамдарға өздері үшін жаңа музыканы ашуларына көмектесемін».

«Дэйли Уик» журналы жақында музыкалық супервайзерлерді «Голливудтың жаңа ойыншылары» деп



атады. Осындай ойыншылардың бірі, «Ынтықтық анатомиясы» танымал телесериалына қолдану үшін әндер таңдап үлкен жетістікке жетті, сөйтіп ол өзінің жеке лейблын құрды. Супервайзерлермен таңдалған тректер көбіне шағын-дискілер болып шығарылып, сатылымы да сәтті болады; Warner Bros телесериалдар музыкаларынан құралған жинақтар шығарады, олардың әрқайсысының миллиондаған көшірмелері болады. Осындай жетістік нәтижелеріне қарап, супервайзерлерді музыка саласындағы мамандар деп қарастыра бастады, бірақ олардың кейбірі тіпті музыкант та емес. Тіпті титрлерде супервайзерлер есімі композиторлардың алдында жазылады, бұл жағдай соңғыларды таңдандырады. Танымал әндерді теледидарлық бағдарламаларда қолдану тәжірибесінің өсуі сонша, американдық бағдарламалар қазіргі кезде трансляция соңында әндер қосады.

Қызығушылық танытқан тыңдармандар/көрермендер бағдарламаның веб-сайтын ұнаған әнді табу үшін, плейлисті қарау үшін ашып, музыка туралы көбірек ақпарат алып қажет жағдайда айтьюнс сілтемесі арқылы сатып ала алады. Бұндай жағдайда кез келген музыка әділ ойынға айналады. Сонымен қатар бұл сауда әлемдік музыка үшін ашылған. Бағдарламалар мен сериалдарда сирек аспаптар мен орындаушылардың дауыстарын естуге болады, Үнді, Пәкістан, Африка әуендері, армян дудугі саксофон үніне еліктейді, бұл бүкіл әлемнің ингредиенттерінен жасалған шалмасы бар кезекті музыкалық қазандық екені анық. Дегенмен көптеген музыкалық супервайзерлер, әдетте MySpace, YouTube және айтьюнс тәрізді іздеу құрылғыларын қолданады. Дәстүрлі музыкалық индустрия танымалдыққа ие болып жатыр; BMG жақында MovieTunes онлайн-іздеудің веб-сайтын ашты, оның негізгі мақсаты видеоөнімдерді сатуға үмітті музыкалық жетекшілерге бағытталған; сонымен қатар күреске Праймари уэйф Music Publishing музыка баспасы түсті.

Музыкалық супервайзердің лауазымы жақында пайда болғандықтан, бұл фактіні электронды немесе жаңа капитализмнің басталуына тіркеу қиын болар еді. Музыкалық супервайзерлер танымал ескі модалы мәнерде талғамды төрешілер болып табылады: бұл өз жұмысын сататын адамдар.

Жаңа капитализмнің ерекшелігі, күрделі алгоритмдер мен компьютер өндірісінде жаңа күшті қолдану, оны белгілі сүзгілеу жүйесінде іздеу жүйесі ретінде пайдалану болып табылады. Бұл күрделі алгоритмдер пайдаланушыларға бұрынғы сатып алулар мен пікірлерге негізделген ұсыныстарды көрсетеді - Amazon.com және басқа да коммерциялық сайттарды жиі қолданатын пайдаланушыларға таныс қызметтер түрі.

Осындай бағдарламалық қамсыздандыруды құрастырушының негізгі зерттеушісі, бұл жүйелерді «электрондық тет-а-тет» деп атады. Осы жүйелердің кейбірі белсенді іздеуге арналған - пайдаланушы ұсыныстарды әзірлеуге мамандандырылған веб-сайтқа өтеді. Осының ерте мысалының бірі Мубу – «Музыкалық Будданың» қысқартылған түрі. Қазірде жұмыс істемейтін, бұл сайт 2000 жылы іске қосылып, құрастырушысы былай деп сипаттаған еді: «Бұл сенің жақсы көретін музыкаңды білетін досың». Жүйені құрастырушы былай деді: «Ол тұтынушының жан досы болғанын қалаймыз. Біз джаздың табынушысына Metallica-ны ұсынбаймыз». Сайттың дерекқоры мыңдаған әндер үшін жүздеген сипаттамалардан тұрады. Сипаттамаға мынандай параметрлер енді, аспап, ырғақ, драйв және көңіл-күй. Қолданушылар веб-сайттан әр түрлі музыкалық дәрежелерді таңдайды, анархи, амбейнт, госпел және эвил және музыкалық клиптерге баға береді.

Рок – музыкант Питера Гэбриэлдың қолдауымен жақында шыққан Сүзгі деп аталатын Британдық сервис, клиптер мен музыкаға ұсыныс береді. Габриэль былай дейді: «Ғаламтордың көптеген қуаныштарының бірі таңдау еркіндігі болып табылады, бірақ көбіміз нұсқалар деген мұхиттан шыға алмай жүрміз. Ақылға қонымды сүзгі жалықтыратын таңдауды қысқартады». Жүйе пайдаланушылардың талғампаз математикалық әдістерін пайдаланып, олардың барлығы сияқты жұмыс істейді, бұл пайдаланушыларға «ақылды» болуына мүмкіндік береді, себебі пайдаланушылар көп таңдау жасайды.

Тағы бір мысал веб-сайт емес, Apple айтьюнс-тің «Genius» деп аталатын функциясы, ол әндер тізімін қолданушының таңдауына ұқсас қылып жасайды. Ол әлем бойынша миллиондаған тыңдарман талғамын саралап жұмыс істейді және жеке қолданушыға болжалды тізім құрайды. Apple-дің бас директоры марқұм Стива Джобс былай деген: «Genius көмегімен музыкалық тізімдегі әндерден бір рет шерту арқылы керемет араласатын ойнату тізімдерін автоматты түрде жасай аласыз». Genius пайдаланушылар өз коллекцияларында жанрларды, әндерді және нақты орындаушының топтамарын, оларға пайдаланушылар берген рейтингтер мен әннің өзіндік сипаттамаларын көре отырып саралайды. Ол осы ақпаратты алып, анонимді етіп оны Apple компаниясына жібереді, компания осы жиналған ақпараттардың негізінде ойнату тізімдерін жасау мүмкіндігіне ие болады. Amazon жүйесі ең басты назарға ілінді. Amazon жүйесі миллиондаған сатып алулар туралы деректерді таңдап, олардың әрқайсысын сатып алу тарихымен ұқсас басқа тұтынушылармен салыстырып, болашақ сатып алулар үшін ұсыныстар береді. Таңдау бағасын оның



профилі орнатады.

Басқа жүйелер адамдардың сатып алуына емес, музыканың табиғатына негізделген; қолданушылар музыканың сипатына қарай өздеріне ұнаған музыканы іздей алады. Ұсыныстардың ең күрделі жүйесі Pandora ғаламторлық радиоқызметі, ол 2005 жылы іске қосылған, «музыкалық геном жобасын» қолданады. Құрастырушылар музыканы жеке әндер үшін бірегей деп «геномды» себептерімен жіктеді; Осылайша тректер іздеуге қолайлы ақпаратпен сақталған болып өзгереді. Компанияның бас директоры Джон Кеннеди 2005 жылы былай деді: «Оқыған музыкатанушылардың әндердің үлкен бөлігін геномның 150 ден 350ге дейінгі негізде саралауына мүдделіміз. Бұл кейбір тұтынушылар сайттарының жеңілдетілген ұсыныстарына қарағанда, тұтынушылардың талғамымен музыканы түсіну және келісу тәсілі болды». Басқа дереккөз геномды былай теңестіреді «кәсіби музыканттардың, саралаушылардың командасымен. Олар әндерді тыңдап және 400-ге дейін жеке параметрлерді қолдана отырып оларды бағалайды». Осы топтарды құруға Стэнфорд университетінің музыка факультетінің оқытушысы, музыкатану Философия докторы Брэдбери қатысты. Ол былай деді: «Сіз әуенге және үйлесімділікке, формаға, ырғаққа, текстураға және аспаптарға музыкалық туындыны жасау үшін олардың барлығы бір-бірімен қалай үйлесетінін көру үшін қараңыз». Басқа параметрлер қолданған дауысты, жынысты, жоғары, төмен, жұмсақ немесе қатты деген нұсқаларды да қосады.

2006 жылғы жағдайларында олардың дерек базасында 70000 асатын ән мен 10000 асатын орындаушы болды; жыл соңында дерек базасында 500 000 астам ән болды. Бүгінде компания өз дерек базасының мөлшерін айтпайды, жай ғана былай дейді: «Жоба «Музыкалық геном» жаңа орындаушылар мен каталогтар атауларының тұрақты өсіп келе жатқан коллекциясы мен соңғы шығарылым нәтижесінде жиі жаңаланып отырады». Компанияның негізін қалаушы ғаламтор дәуіріндегі «ұзын құйрықты» сатылым теориясын іске асыруға үміттенді, бұл сатып алушыларға миллиондаған жеке әндер арасында өз жолын табуға мүмкіндік берді.

Pandora пайдалану үшін қолданушы сүйікті орындаушының атын немесе әннің атауын енгізу ұсынылатын веб-сайтқа өтеді. Бұл жүйе осы Орындаушының музыкасымен «жаңа парақша» жасайды, егер деректер базасында жоқ болса, сол орындаушының музыкасына ұқсас музыка шығарады. Мұндай жүйелердегі әлемдік музыкалық орындаушылардың өкілдігі көптеген жылдар бойы жақсартылғанымен, бұл ең қолайлы емес екендігі таңқаларлық емес.

Дегенмен, жаңа капитализм дәуірінде тек орта ғана маңызды емес; әр түрлі медиа – iPod тасымалдаушылары, жеке компьютерлер және веб-сайттар, олар адамдарға, үлкен маңызға ие, контент табуға көмектеседі. Тауарлардың көптігінен «талғамның» маңыздылығы соншалық, онымен бірге адамдар мәдениетті құрушылар сияқты қажетті және маңызды болып саналуы мүмкін, ал қарапайым адамдардың талғамы коммерциялық құралдардың көмегімен жиі жиналып деректер базасында сақталады.

Дәріс тақырыбы бойынша қосыша ресурстар:

1. Adorno TW (1987) «Бергі заманғы капитализм немесе индустриалды қоғам?», Ауд. Ф. Ван Гелдер, кітапта V. Meja, D. Misgeld және H. Stehr (ред.), «Заманауи неміс социологиясы», Нью-Йорк: Колумбия университетінің баспасы
2. Андерсон С. (2006) Ұзық құйрық: Неге бизнестің болашағын арзан сатады, Нью-Йорк:
3. Аппадурай А. (1996) Жалпы заманауилік: Жаһанданудың мәдени аспектілері, Миннеаполис
4. Aucouturier J., және F. Pachet (2003) «Музыкалық жанрды таныстыру: заманауи жағыдайы», журнал New Music Research
5. Aucouturier J., және E. Pampalk (2008) «Жанрдан тегаға дейін: музыкалық- ақпараттық іздестірудің аз ғана эпистемологиясы», журнал New Music Research
6. Белл Д. (1973) Постиндустриалды қоғамның пайда болуы: әлеуметтік болжау саласындағы кәсіпорын, Нью-Йорк: Негізгі кітаптар Boltanski, L., және E. Chiapello (2005) Капитализмнің жаңа рухы, ауд. Дж. Эллиотт, Нью-Йорк
7. Frangos A. (2002) «Міне менің кеңесім ... Егер Amazon да Сізге ұсынысы болса, кейбір жақсы идеяларға дайын болыңыз- және көп былық», Wall Street Journal, 14 қаңтар
8. Галло П. (2008) «Sony BMG кино жайлы музыкалық сайт жасайды», Daily Variety, 16 қыркүйек:
9. Гидденс А. (1990) Заманауилықтың салдары, Stanford University Press
10. Хартиган Р. (2000) «Мубу онлайн сиқыр туғызады», Бостон Глоуб, 21 июля