



Original Article: SPAZIO COMUNICATIVO DELLE ARTI MUSICALI

Citation

Kireeva, N.Y. Spazio comunicativo delle Arti Musicali. *Italian Science Review*. 2014; 8(17). PP. 83-86.
Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2014/august/Kireeva.pdf>

Author

Natalya Kireeva, Saratov State Conservatoire named after L.V. Sobinov, Russia.

Submitted: August 1, 2014; Accepted: August 10, 2014; Published: August 20, 2014

Comprensione teorica delle questioni legate allo studio del ruolo della attività musicale nella società di oggi attira l'attenzione di una crescente comunità di ricercatori nel campo della sociologia dell'arte. In questo contesto, una delle primario diventa un problema di comunicazione nell'arte come un sistema che permette una certa misura regolare il rapporto di individui. Impulso creativo dell'uomo inizialmente o dopo l'evento ha lo scopo di comunicazione. I principali partecipanti dell'atto comunicativo creativo sono mittente o comunicatore-mittente del messaggio (autore, performer), cercando di provocare una reazione del destinatario e il destinatario o il destinatario (il percipiente)-destinatario del messaggio (ascoltatori, spettatori, lettori) sulla percezione e la valutazione che è stato progettato o altri lavori.

Una delle principali parti l'esistenza di varie forme di attività artistica è la presenza del destinatario. Comprendere l'impatto di un'opera d'arte e la sua relazione con il percipiente avvenuto in tempi antichi, per esempio, la questione era interessato in Aristotele (teoria della catarsi). Più tardi, lo sviluppo della psicologia, psicofisiologia, la sociologia, e, in particolare, questi metodi sperimentali e delle altre scienze ci permette di dare risposte ad una serie di

difficili questioni irrisolte nella zona. Alla fine del XIX secolo sono attivati nello studio dei problemi di accoglienza artistica.

Attualmente, grazie ai rappresentanti delle scuole di ricerca creativa di Costanza (Germania) hanno formato una direzione autonoma di estetica-estetica ricettive, uno dei cui compiti è quello di studiare la percezione artistica del lavoro e del suo funzionamento sociale. Le idee principali di questa zona sono le seguenti: il significato di un'opera d'arte è sempre ambigua-la sua cristallizzazione, formazione avviene già in fase di ricezione, percezione attiva di coloro cui si rivolge. "Il significato del lavoro-il risultato dell'interazione di esperienza del lettore (l'ascoltatore, spettatore) e l'autore. La percezione di un lavoro è nel dialogo-un dialogo tra il lettore e il testo. I concentrati autore e le guarnizioni nel testo la propria esperienza di vita e lo getta verso l'esperienza di vita del destinatario, che a sua volta lancia il testo per soddisfare la vostra esperienza di vita. Significato del lavoro arriva in atto di ricezione e perché storicamente variabile e dipende l'era del percipiente individuo e la sua appartenenza all'uno o all'altro gruppo ricettivo. Volatilità storica del significato e lo status ontologico del prodotto-la regolarità del processo artistico",-scrive il ricercatore Borev, Y. questo settore [2, p. 29].

Dalla posizione dell'approccio arte ricettivo è vista in termini di comunicativa come un complesso sistema di comunicazione forme e direzioni. E 'questo aspetto nel suo lavoro sottolinea Bachtin. Arte, egli dice, "è una forma di comunicazione sociale (il corsivo è mio-NK), realizzato e incarnata nella materia dell'opera d'arte" [1, p. 402]. Studiando i problemi dell'arte, Eremeyev, A. riferisce anche l'approccio sociale e comunicativo, che si basa sul concetto di "comunicazione sociale e artistico". Ricercatori Introduzione termine "comunicazione" nella sfera dell'arte è la più appropriata, in quanto è significativo e succintamente combina, sintetizza i termini come "comunicazione", "atteggiamento", "trasferimento", "continuità". Parlando della differenza tra comunicazione e socializzazione, A. Eremeyev osserva che la comunicazione sia possibile in contatto dal vivo diretto "una persona ad un'altra, la vecchia generazione al più giovane", ma "non ci può essere comunicazione diretta attraverso le manifestazioni della vita al giorno d'oggi con la gente di contemporanei di Pushkin o Pietro I" [3, p. 28]. Nel comunicare questa restrizione viene rimossa, in quanto "comprende mutuo accoppiamento non solo dirigere generazioni attuali, ma anche tutti coloro che hanno mai vissuto sulla terra". Tuttavia, la nozione di "comunicazione" e contiene "le caratteristiche sociali (condizioni di contatto sociale e di contesto, una informazione canale di comunicazione) e pratiche (necessità di implementazione), ed estetica, (armonizzazione olistica universale del mondo) e l'arte attuale (condizioni per la creazione di opere Arte, trasferiscono le informazioni in esse contenute è un credito)" [3, p. 29-30].

Problemi di comunicazione sono considerati da molti ricercatori, come nelle scienze esatte e nei settori delle scienze umane del sapere scientifico moderno: la matematica, la cibernetica, la psicologia, l'antropologia, la storia, la filosofia, l'estetica, la sociologia, arte, ecc. termine "comunicazione" a priori sottolinea il

carattere sociale. Tuttavia, l'analisi richiede una speciale selezione di diversi tipi di comunicazione e determinare la loro specificità. Viene rilevata forma estetica di comunicazione durante l'esame estetizzato forme di attività delle diverse società in quei periodi, e in quelle aree dove l'arte non ha ancora acquisito lo status di autosufficienza; è non-accademico in natura (per esempio, nel folklore). In tali casi, la messa in scena (coro) è un mezzo di estetizzazione della realtà e della pratica. Forma estetica di comunicazione è ancora valido nella società di oggi. Si svolge in attività pratiche e spirituali delle persone, come i rituali religiosi, politica, sport, feste e tutti i tipi di giochi, azioni di massa.

Ad esempio, in alcuni tipi di arte popolare scrittore, performer e percezione sono spesso fuse in una sola e medesima entità (comprese collettiva); in tali casi, la comunicazione estetica è realizzata in una forma simile a un dialogo sociale vivo, con feedback immediato. Essendo una parte del processo di vita di pratica, comunicazione estetica si svolge un po' diverso rispetto art. In particolare messa in scena corale serve solo come un mezzo per raggiungere la piena contatti sociali per uno scopo particolare. In quei casi in cui vi è una netta separazione di "comunicatore-ricevente" estetico atto comunicativo avviene secondo le leggi della comunicazione sociale. Lato riflettente di questa comunicazione è diretta a un altro-pratico-canale. Così, come un mezzo per mettere in scena un musical estetizzazione collettiva processi pratici può essere utilizzato in vari campi dell'attività umana, al fine di migliorare il contatto tra il mittente e il destinatario. Scopo pratico di utilizzare tali orsi teatrali in questo caso è messa a fuoco un po' diverso da quello in atto di comunicazione artistica, ma l'essenza del effetto risultante può avere risultati simili.

Forma artistica di comunicazione si sviluppa nel mittente dialogo diretto e destinatario, viene effettuata nel campo dell'arte: nel processo di visitare concerti, spettacoli e così via g., Che è, in un certo

tempo e luogo, o in un momento in cui la mente è diretta specificamente al destinatario. la percezione e la comprensione di un'opera d'arte (in questo caso il problema della stretta di condizionamento spaziale non ha importanza). Comunicazione artistica è sintetico e combina diversi livelli. Sembra classificazione comodo, tra cui: atto diretto di comunicazione (tra il prodotto e il pubblico), per la piena attuazione che richiede l'attività di entrambi gli esecutori e dei destinatari. In questo caso, l'attività creativa della percezione del destinatario è direttamente proporzionale al prodotto delle esecutori e la chiamata interesse. Quest'ultimo può essere dovuto a vari fattori quali il grado di difficoltà e l'ordine dell'arte, la diversità dei suoi mezzi di espressione e, allo stesso tempo, la disponibilità della sua percezione; comunicazione nascosta (tra il pubblico)-un processo in cui la gente tranquillamente scambiati mentre si guarda i pochi giochi, ma a volte spunti significativi per una data situazione, che a volte è un elemento necessario per l'organizzazione di atto comunicativo diretto; autocommunication-interazione reciproca, derivante dalla co-presenza di persone nello stesso spazio artistico quando comunicandi consciamente o inconsciamente, sono entrambi mittente e destinatario; autokommunikatsiyu (comunicazione intrapersonale)-il livello di comunicazione, che ha coinvolto un solo individuo che è sia il destinatario e il destinatario. Processo Autokommunikatsii-una sorta di dialogo interiore cosciente. Autokommunikatsiyu nel contesto della situazione artistica e comunicativa può essere divisa in due sottospecie: attivo-processo attivo di percezione, che possono essere suddivisi in Agere intellectus (intellettuale), humaitas Agere (culturale-informativo), Agere sensus (sensoriale), agere extrasensus (extrasensoriali) sintesi Agere (sintetico); passivo-il processo di percezione fittizia, quando una persona non addestrato non è disposto o in grado di prendere una percezione attiva di

informazione artistica. Tuttavia, considerando la catena con cui l'informazione entra nel cervello ("ambiente esterno"→"inconscio"→"preconscio"→"coscienza"), è sicuro di dire che anche il destinatario più passivo vivendo un effetto artistico, è nel comunicativa campo dell'arte. Traccia lasciata sotto la doccia ascoltatore-spettatore o uno spettacolo, rimane, consciamente o inconsciamente memorizzato visto la rappresentazione di una parola o di una scena, esperienze e sentimenti.

Art atto comunicativo provoca una certa organizzazione di pubbliche relazioni. Venendo alla mostra o di un concerto, un uomo prende un certo tipo di relazioni sociali, ruoli, obblighi, con la quale è inclusa nella vita sociale e artistica, che è la sua personale "io" entra nella sfera del "noi". Egli viene colpito lo stato d'animo generale. L'umore del pubblico è un elemento essenziale di pubbliche relazioni, psicologia sociale-è impulsivamente, contagiosa e spesso funge da portavoce del gruppo orientamento generale emotivo peculiare alla sua identità; è dinamica e rapidamente trasformati in una varietà di situazioni. Intenzione di assistere ad un concerto o uno spettacolo teatrale si arricchisce desiderio di aderire come un campo emotivo comune di comunicazione artistica, e nel campo della comunicazione sociale prima dell'inizio del concerto, in parte durante la sua realizzazione, durante l'intervallo e dopo il concerto.

Comunicazione artistica acquisisce successivamente funzioni sociali, diventa occasione per la comunicazione sociale, intesa come comunicazione tra le persone nell'arte spazio d'arte, e appare così, formando una delle forme di ambiente sociale e culturale.

Quanto sopra porta alla conclusione che il ricorso all'approccio comunicativo quando si considerano le problematiche dell'arte teatrale e musicale offre l'opportunità di approfondire la comprensione di un moderno interazioni nel sistema di relazioni "arte-società".

References:

1. Bakhtin, M. 1975. Questions of Literature and Aesthetics. Moscow.

2. Borev, Y. 2005. Aesthetics. Moscow.

3. Eremeyev, A. 1987. Borders Arts (Social essence of art). Moscow.