

ВІДГУК
офіційного опонента
на дисертаційну роботу **Польового Олега Григоровича**
«Художньо-комунікативні параметри творчої діяльності композитора в
музичній культурі України
кінця ХХ – початку ХХІ століття»,
представлену до захисту на здобуття наукового ступеня
кандидата мистецтвознавства (доктора філософії)
за спеціальністю 26.00.01 – теорія та історія культури

Сучасні дослідники вельми часто апелюють до питання комунікативної природи мистецтва, зокрема музичного. На думку Ю. Борєва, художня комунікація «починається з творчого акту, з авторського самовираження, а завершується розумінням художнього тексту»¹, за Є. Назайкинським, в системі художньої комунікації «текстом» буде називатися «твір». Справді, художня комунікація спрямована від світу до автора і через музичний твір як «реальність, що саморозкривається», – до реципієнта, від нього ж – знову в світ. У музиці відбувається злиття всіх компонентів, які утворюють три «потокі» активності: композитора, виконавців і слухачів. Комунікативний процес здійснюється через взаємодію «голосів» музичної реальності, в основі якої художній образ, самодостатньої «звукової стихії» та душевного складу автора, інтерпретаторів твору і тих, хто сприймає. Покликаючись на Б. Асаф'єва, композитор знає, що «зустрінеється віч-на-віч із дійсністю, відображаючи в музиці своє до неї ставлення і, таким чином, виявляє себе»². Цю думку розвивають як представники творчої, так і наукової сфер. Напр., В. Сильвестров дав своєму збірнику, до якого ввійшли бесіди, статті, листи, таку назву: «Музика – це спів світу про самого себе...», а О. Лосєв роздумує: «чисте музичне буття... безіменне і безпредметне, не оформлене і темне... Лик його – в безлико́сті, в уселико́сті»³. Багатогранний світ цього «чистого в собі буття» розкривається в музичному мистецтві творцем, виконавцями, відтак – слухачами, що вказує на онтологічний статус художньої комунікації як складної нелінійної, багаторівневої «відкритої» системи. Таким чином, створюється

¹ Борєв Ю. Эстетика: в 2 тт. Смоленск: Русич, 1997. Т. 2. С. 352.

² Асаф'єв Б. Избранные труды: в 5 тт. Москва: Изд-во АН СССР, 1957. Т. 5. С. 78.

³ Лосєв А. Ранние произведения. Москва: Правда, 1990. С. 214.

особливий полісемантичний художній простір, що володіє жанровим і стилістичним багатоманіттям.

Науковці сьогодні позиціонують музику як комунікацію, як мислення, як мову, як діяльність. У різні історичні періоди музика була важливим засобом спілкування, носієм ціннісної інформації. Важливим способом духовного спілкування є діалог – культурна універсалія, домінуюча форма музичного виконавства. Сутність діалогу, з одного боку, в об'ємності інформаційного простору (йдеться про те, що виконавські версії породжують нову актуалізацію «кодової системи» музичного твору), з іншого – у «вслухуванні» композитора в свою свідомість, «відтворенні стану душі». Особливість цього діалогу в умовах сучасної художньої практики виявлена в ланці «композитор – музичний твір – виконавець – слухач» (архітектоніці) як складній системі взаємодіючих елементів, «вбудованій» у соціокультурний континуум. Отже, актуальність представленого до захисту дисертаційного дослідження О. Г. Польового не викликає сумніву, визначається важливістю осмислення однієї з фундаментальних проблем музикознавства та культурології, зокрема «професійної композиторської творчості як компонента культури України кінця ХХ – початку ХХІ століття в художньо-комунікативних зрізах її виявлення» (автореферат, с. 4). Тим більше, дисертант – композитор, який вельми часто задіяний у комунікаційних процесах як автор музичних творів, як учасник, організатор чи член журі різноманітних музичних акцій.

Розвиток культури на сучасному етапі свідчить про те, що проблеми комунікації – важлива ланка наукового пошуку, в якій провідне місце належить художній сфері як універсальній мові спілкування. Про це йдеться в першому розділі дисертації «Феноменологія сучасної культури в детермінації системи художньої комунікації», у композиції якого три підрозділи. У першому – «Понятійний дискурс посткультурної сучасності в концепції комунікативної специфіки соціуму» – п. О. Польовий слушно наголошує, що новий тип культури, яку французький соціолог А. Моль позиціонує як «мозаїчну», породжений прогресом комунікативних технологій, і призвів до помітних змін у соціумі, зокрема в стилі життя людей, їх світосприйнятті, уявленнях,

цінностях. Здобувач розкриває сутнісні риси культури постмодерну у контексті інтелектуально-художніх і світоглядних трансформацій у культурно-мистецькому середовищі України кінця ХХ – початку ХХІ століття.

Саме дискурсивний підхід до дослідження побутування музики в соціумі дає можливість сьогодні вивести музичний твір у формат його вивчення як моделі комунікації. «Музичний текст (...) виходить на дискурсивну практику (акцент на продукуванні та споживанні музичних текстів), що нерозривно пов'язана з широкою соціокультурною практикою, до якої належить комунікативна подія»⁴, – наголошує Б. Сюта.

Комунікативний характер творчих інтенцій композитора постмодерністського мистецтва – один із дієвих стратегічних засобів реалізації його художніх намірів. Соціальний аспект презентації композиторської творчості зумовлений природою художньо-комунікативної діяльності, котра відображає ситуацію інтелектуально-творчої взаємодії автора та реципієнта. «Комунікативний універсум музики», за О. Якуповим, це «особлива сфера людського спілкування, що охоплює багатий художній світ мистецтва, який пов'язує людину з усією культурою, суспільством, іншими людьми»⁵.

Музична комунікація входить в «естетосферу» (за М. Каганом) – світ музичних емоцій, «семіосферу» (за О. Лосєвим) – світ музичних смислів, «аксіосферу» (за А. Щербаковою) – світ музичних цінностей. Музична комунікація як підсистема художньої комунікації – це процес активної взаємодії різних суб'єктів комунікації, що включають певні особистісні та соціокультурні смисли. Це багаторівнева функційна система, головними складовими якої є музична творчість, музичне виконання та музичне сприймання.

І хоча автор скрупульозно розкриває зміст підрозділу, надзвичайно розмаїта текстова строкатість не дозволила йому чітко розмежувати головні понятійні площини й увиразнити власні думки.

У підрозділі 1.2. «Культурно-масові заходи й організаційні умови реалізації їхнього музичного змісту» дисертант акцентує, що поряд із

⁴ Сюта Б. Дискурс у музиці й теорія дискурс-аналізу в музичній науці. *Студії мистецтвознавчі*. Київ: ІМФЕ НАН України, 2010. № 1 (29). С. 40.

⁵ Якупов А. Музыкальная коммуникация. Дисс. ... докт. искусств. 17.00.02. Москва, 1995. С. 51.

виникненням нових засобів масової інформаційної комунікації (як телебачення, інтернет), традиційні форми також набувають принципово нових якісних характеристик. Тут п. О. Польовий позиціонує музику як «високе мистецтво, створене людством, початок якого зв'язаний з містикою храму, тобто таємницею здійснюваного дійства» (с. 52), розкриває природу культурно-масових заходів в історичній ретроспективі, роблячи акцент на музичні фестивалі, почасти концерти, не оминаючи естради. Виокремлюючи виконавців легкої музики, О. Г. Польовий слушно звертається до постаті О. Вертинського. Щодо цієї неординарної особистості хотілося б наголосити, що в намаганні схарактеризувати творчу спадщину митця, дослідники виокремлювали його то як салонного виконавця, то як ресторанного співака. Так, К. Рудницький у праці «Улюбленці публіки» акцентував: «Ресторан диктував особливу – напористу – манеру співу». Критик стверджує: «На відміну від Плевицької – простонародної, а нерідко – псевдонародної, Вертинський – співак богеми, салонний поет...»⁶. Врешті, образний світ його пісень – ланка між елітарним і масовим мистецтвом. Пісні артиста – радше не арієти чи арієтки (як він сам їх називав), пісні-новели чи пісні-настрою, а твори поетично-музично-театрального жанру з глибокою психологічністю, унікальністю, котра формувалась під впливом теорії синтезу мистецтв, притаманної естетиці символізму. На думка М. Іоф'єва, пісні Вертинського – це «маленькі новели, в яких є дія, атмосфера, у героїв є минуле. Це театральні мініатюри: зміст кожної залежить від сценічної поведінки автора...»⁷.

На с. 57 автор зазначає: «Органічніше, і тому підтвердженням є наявна практика, розважальна система в умовах України приживається в західному регіоні, в якому істотний католицький і протестантський, греко-католицький впливи». Варто було б пояснити цю думку.

Ведучи мову про естрадне мистецтво, дисертант наголошує на його специфіці (с. 67), зокрема виокремлює такі риси, як багатожанровість, багатоплановість, відкритість та ін. За Є. Кузнецовим, воно «...об'єднує

⁶ Рудницький К. Любимцы публіки. Київ: Мистецтво, 1990. С. 7.

⁷ Иофьев М. Профили искусства. Москва: Искусство, 1965. С. 204.

різнопланові жанрові характеристики інших видів мистецтва, спільність яких полягає в легкій пристосованості до різних умов публічної демонстрації, в короткотривалості дії, в концентрованості його художніх виразових засобів, що сприяють яскравому виявленню творчої індивідуальності виконавця»⁸. Однак постає питання: яка роль у цих заходах композитора, бо йому відведено всього три невеликі абзаци на с. 55-56?

У підрозділі 1.3. «Ринкова складова художньо-комунікативних відносин та інформаційні технології» здобувач апелює до статті Т. Абанкіної «Вплив інформаційних технологій на некомерційний маркетинг». І це закономірно, позаяк на початку 90-х рр. російські економісти І. Абанкіна, Т. Абанкіна публікують матеріали про маркетинг у сфері культури, підґрунтям до появи яких стала ґрунтовна праця американського економіста Ф. Котлера «Основи маркетингу», що побачила світ ще в середині ХХ ст. Певна річ, автора мали б цікавити праці українських учених із цієї проблематики, зокрема про ринкову складову в сфері музично-видовищних послуг, хоча зазначу, їх небагато (статті Н. Кізнер, Т. Пересунько, Н. Подкуйко, Л. Подлесної та ін.), бо перехід до нових моделей економічної діяльності в цій царині передбачає перегляд окремих положень публікацій російських авторів. Власне, ведучи мову про маркетинг музичної діяльності варто було б звернутися до праці Ф. Колбера, Ж. Нантеля, С. Білодо, Дж. Річа «Маркетинг культуры и искусства» (переклад із англ.), що побачила світ у Санкт-Петербурзькому видавництві «Арт-Прес» у 2004 р.

Далі в роботі розглядаються проблеми шоу-бізнесу і дисертант посилається на працю Й. Пригожина «Політика – основа шоу-бізнесу», використовує не вповні переконливі цитати. Врешті, це і не зовсім доцільно, коли йдеться про комерційну діяльність у просуванні на ринок російської музичної продукції. Композитор сьогодні може бути виконавцем, продюсером, менеджером, організатором музичного колективу, його наставником, відповідальним за репертуарну палітру та просування на ринок культурних послуг із залученням прийомів емоційного впливу на аудиторію. Можливо, більш придатними для цитування в дисертаційному дослідженні все ж були би

⁸ Кузнецов Е. Из прошлого русской эстрады. Москва, 1959. С. 8.

наукові розвідки українських учених: М. Поплавського «Шоу-бізнес: теорія, історія, практика» (К., 2001), К. Стеценка «Про сучасний український шоу-бізнес» (2004), Євтушенка О., Рильова К. «Формули українського шоу-бізнесу» (2005) та ін.

3. Дмитровський висловлює дуже слушну думку щодо сьогоденної соціокультурної ситуації, в якій неабияка роль належить композитору: «Сучасному мистецтву найбільше не вистачає фахових кіл, які були б обдаровані великим мистецьким смаком (а саме високообдарованими і є композитори!). Допоки музика у своєму сприйнятті та споживанні буде роздвоєна поміж двома секторами – естетичним і розважальним, ідеальним і матеріальним – доти ситуація з об'єктивною оцінкою мистецьких звершень залишатиметься невирішеною, сумнівною. Композитор вважає, що недоцільно мріяти про сучасний стиль, оскільки стиль народжується там, де існує якийсь кодекс»⁹.

На жаль, дисертант усі секрети шоу-бізнесу як виду культурно-підприємницької діяльності, що виник унаслідок комерціалізації музичної індустрії (звукзапис, гастролі та концерти, виробництво музичних відеокліпів, музична дистрибуція, спеціалізовані музичні засоби масової інформації), демонструє на прикладі естрадних співаків (причому, здебільшого, російських), а композитори, як представники високого мистецтва, творчої еліти українського суспільства, залишаються на маргінесі. Зауважу, що твердження О. Г. Польового про те, що академічне мистецтво «зникло з програм офіційних українських шоу» (с. 96) не зовсім відповідає дійсності, оскільки до нього сьогодні вже починає «повертатися обличчям» і молодіжне середовище. З іншого боку, принцип шоу наявний у різних способах подачі музичної інформації, впливає на світовідчуття практично всіх представників українського суспільства. Так само в організації сфери українського шоу-бізнесу простежуються західні впливи, зокрема в насиченні концертних виступів видовищними ефектами. А от чи можна вважати академічне мистецтво шоу – заходом розважального характеру – питання риторичне.

⁹ Дмитровський З. Телевізійна журналістика. Львів: Паіс, 2006. С. 17.

На с. 100 Олег Григорович висновує: «Виділення дискурсу «художньої комунікативності» визначено історично-генетично як обумовленість *організаційної роботи, у тому числі менеджментсько-продюсерської, цивілізаційно-культурною основою ментальності*». Хотілося б, аби здобувач окреслив зміст «цивілізаційно-культурної основи ментальності».

Другий розділ дисертаційного дослідження «Художня творчість і економічно-спрямовуюча діяльність у забезпеченні музичної бази культурно-масових заходів» складається з трьох підрозділів. З'ясовуючи головні складові індустрії естетичного оформлення громадських акцій і розваг в горизонті смислової дихотомії серйозності – розважальності (підрозділ 2.1), автор розкриває її сутність на прикладі фестивалю «Два дні й дві ночі Нової музики», що проходить в Одесі.

О. Г. Польовий стверджує, що українці «відзиваються на «дикі танці» і рівень «Верки Сердючки», афішують поп-зірок, оскільки за тематикою та стилістикою вони «не попадають» в актуальні стильово-ідейні розклади світового мас-культурного попиту на *моральний позитив фольклорно-релігійного порядку*» (с. 106). Чи правомірно ставити в один ряд цих співаків (одну – самобутню, з яскравим національним колоритом, хормейстера-професіонала, іншого – талановитого артиста, а не співака, до того ж носія, здебільшого, російськомовного репертуару), адже вони працюють в абсолютно різних напрямках і образах, та й кожен збирає відповідно до свого іміджу аудиторію. Що ж до болгарської співачки Валі Балканської, то, ймовірно, для українців вона не є еталоном народного виконавства, адже у нас є свої, вельми достойні виконавці, як Н. Матвієнко, Р. Кириченко, Іларія та ін.

У цьому ж підрозділі, на с. 110, дисертант зазначає: «Роботи Ю. Малишева (...) визначили коло наукових інтересів і творчо-практичних дій автора даної роботи». Натомість в списку літератури зазначена тільки одна праця даного автора. Природно виникає бажання довідатися про інші його дослідження та й про те, які саме ідеї Ю. Малишева і як вплинули на дисертанта?

Розкриваючи критерії балансу «серйозності – розважальності» у реалізації творчих проєктів, Олег Григорович веде мову про «надлишковість таланту вираження», до якого включає «неповторні вокальні дані, пластику, костюм, ігрові моменти, конференс» (с. 112). Ймовірно, тут ідеться про управлінський талант чи талант-менеджмент, тобто діяльність, спрямовану «на створення (...) системи набору, розвитку, використання та утримання талановитих співробітників, здатних досягнути виняткових результатів у бізнесі» (за М. Ушевою). Що ж до таланту виконавця (чи то композитора, чи співака, інструменталіста), природно постає питання, чи буває його забагато, він є, або його немає, а для підтримки обдарованості потрібна кропітка, щоденна праця.

Розкриваючи особливості культурно-мистецьких акцій, які проводяться в Кропивницькому, п. О. Польовий доречно апелює до таких дефініцій як «ефект сноба», «ефект Торстейна Веблена», вказуючи на їх принципову відмінність, невідповідність закону попиту та пропозиції, демонструючи їх базові детермінанти на конкретних мистецьких акціях.

На сучасному етапі розвитку українського суспільства зв'язки в царині музики – одне з найбільш масових і емоційно наповнених виявів культурного обміну, особливо в сфері музичних фестивалів, де перевага надається містам Одесі та Кропивницькому. Видається, що фестивалі та конкурси, які проводяться в цих культурних центрах України, мали би бути представлені як акції, в яких вагома роль належить композиторам як авторам музичних творів, організаторам (менеджерам, продюсерам), диригентам чи промоторам.

Такі мистецькі заходи, як фестивалі хорового мистецтва «Південна Пальміра», оперного мистецтва «Золота Корона», конкурси ім. Д. Ойстраха, ім. Е. Гілельса, дитячий конкурс «Срібна нота» могли би стати об'єктами розкриття художньо-комунікативних параметрів творчої діяльності композитора, адже це той благодатний ґрунт, який дає можливість виокремити її ключові риси, зокрема й у царині художньої комунікації. Крім того, варто було би згадати про комунікативно-естетичну функцію музики як вагому складову практично кожного масового дійства.

Інколи Олег Григорович так захоплюється викладом, що виникає потреба в поясненні його рефлексій. Так, на с. 115 автор стверджує: «Однак з розвитком... ідеї «Нейгузівських музичних зустрічей» виявилася *омасовлення й українізація* минулих музичних подій». У якому сенсі використовується прикметник «минулих» – як минулих подій чи тимчасових, несталих; у чому саме проявилася їх українізація?

У підрозділі 2.2 «Організаційна специфіка творчого виявлення художньої активності композитора в сучасному суспільстві» дисертант удається до історичного екскурсу появи комплексу ритуалів-обрядів у середньовічній культурі, відтак, не дотримуючись хронології, «перестрибує» в європейські країни, і жодним чином не прив'язує їх до сучасності в українському середовищі. Справді, музичний компонент був обов'язковим ще на ранніх стадіях функціонування масових дійств, а з появою в кінці XVII ст. такого різновиду, як фестивалі, він стає визначальним. Нові варіанти масових музичних явищ другої половини XX – початку XXI ст. вирізнили музичний елемент як іще більш значущий.

Напр., О. Г. Польовий стверджує, що «французькі трубадури й трувери, німецькі міннезінгери, російські пісельники-скоморохи, українські кобзарі-бандуристи виявили в історії формування популярної музики двоїчість серйозності релігійного Служіння й побутово-«полегшеної» тематики» (с. 127). З заявленого постає відразу кілька запитань: 1) як із вищевикладеним корелюється релігійне служіння і до яких із названих виконавців, навіть творців, воно є дотичним; 2) що Ви вкладаєте в поняття побутово-полегшена тематика? Без сумніву, історичний екскурс є оправданим. Але найбільш показовими були музичні акції, які провадилися культурними діячами, в тому числі й композиторами Східної Галичини та Наддніпрянської України в першій половині XX ст. Вони могли б стати моделлю організації музичного життя з урахуванням багатофункційності їхньої практики. Можливо, такі взірці варто було представити в дисертації, адже поширення композиторських і виконавських артефактів, активна участь композиторів у музичному житті,

зокрема його організації та піднесенні, відповідно й художній комунікації, елементи музичного менеджменту, могли б прислужитися на сучасному етапі.

Відтак автор дисертаційного дослідження увиразнює сутність дефініції «маркетинг» (с. 129), веде мову про ринкові відносини музеїв, як некомерційних організацій, стратегію фандрайзингу, комерційний успіх, різні види маркетингу, рекламу, культурну рекламу тощо. Зазначу, що соціальні зміни, які відбулися в українському суспільстві на порубіжжі ХХ – початку ХХІ ст., не тільки позитивно вплинули на розвиток музичної культури, ще й створили сприятливі умови для становлення особливих форм творчої діяльності композиторів. До них можна віднести і музичне продюсерство, що органічно входить в музичний менеджмент, як складну, відкриту специфічну соціокультурну систему з забезпечення культурних запитів соціуму. Власне, в цьому контексті можемо вести мову про творчий компонент, який безпосередньо торкається духовної сфери суспільства, засіб, який вдосконалює художні смаки слухачької аудиторії, підносить її естетичний потенціал, культурний рівень.

Розкриваючи «Комунікативно-структуруючі музичні компоненти культурно-масових заходів» (підрозділ 2.3), О. Г. Польовий доцільно увиразнює їх музичну складову. Зауважу, що цей підрозділ у назві перегукується з підрозділом 1.2. Культурно-масові заходи – багатожанрові видовища, в яких поєднується майстерність професійних і аматорських колективів і виконавців. Добитися успіху в сучасних умовах багатоманітної культурної пропозиції, жорсткої конкуренції можуть тільки обдаровані та професійно підготовлені продюсери та менеджери. У цій царині композитори можуть активно включатися в художню практику, керуючись запитами соціуму. Бо ж музичне продюсерство спрямоване на розроблення, організацію та реалізацію художніх проєктів, орієнтоване, в першу чергу, на слухачів.

Очевидно, що ведучи мову про музичні компоненти культурно-масових заходів (відповідно до їх класифікації), варто було б акцентувати на концертні програми, здійснити їхній аналіз у музикознавчому (аналітичному) аспекті.

У процесі послідовного ознайомлення з дисертацією в опонента виникли такі зауваження:

1) текст характеризується строкатістю викладу, в ньому превалює російське лексичне та синтаксичне калькування (там же, перетікаєності – с. 27, технарь – с. 29, меценатствують, спонсують – с. 75, тупик – с. 112; неправильне відмінювання прізвищ (с. 58, 113);

2) речення надто заплутані, вони ускладнюють логічність викладу думки: напр., «Меценати завжди особисто зацікавлені у справі, яка знайома їм за особистим творчим же інтересам, за властивим їм самим здібностям до тієї або іншої творчої справи, яка вони як би укрупнювали, підтримуючи багато обдарованих природою фахівців» (с. 74);

3) подивляє вільне використання термінології, не властивої для української мови (напр., фахівська діяльність – с. 15, функціонування – с. 20, представлюваного – с. 27; організаційництво, визначуваної – с. 29; співвідношувани – с. 32, розрізняльні – с. 34, представлюваного – с. 36, взаємоперетікаємих – с. 48, омузикаленої – с. 49) та ін.;

4) у списку використаної літератури зустрічаємо некоректне її оформлення: напр., позиція 81 має двох авторів (Коваленко І., Коваленко Н. Наука и искусство власти менеджера), а подано тільки одного;

5) у дисертаційному тексті міститься певний обсяг зайвого матеріалу, який не зовсім дотичний до теми, адже головною її постаттю є композитор, зокрема його творча діяльність в художньо-комунікативному вимірі, та ще й у музичній культурі України. Натомість маємо чимало прикладів, коли йдеться про інонаціональне середовище, що має дещо відмінні від українського риси, чужорідний культурний продукт, які не творять питомих прикмет сфери художньої комунікації в Україні;

Водночас відкритими залишилися такі питання:

1) Чи можемо стверджувати, що художня активність композитора корелюється з енергетичними процесами в творчості (за Б. Асаф'євим)?

2) Беручи до уваги соціально-філософський аспект феномену «художня активність» та дискусійність поняття «активність», як Ви трактуєте його (як

рухому силу, джерело чи потребу, чи ще якось)? Виходячи з сучасної соціокультурної ситуації в Україні, чи можете виокремити певні типи композиторів: напр., композитор – виконавець-репродуцент, композитор – художник-інтерпретатор, композитор – менеджер, композитор – засновник фестивалю тощо?

3) Чи правомірно використовувати термін вокально-мелодійна музика, адже вокальна музика завжди пов'язана з мелодією.

4) Кунцюй як різновид китайської драми XV ст., що виникла в провінції Куншань вирізняється варіюванням мелодій, включенням танців, струнних, духових, ударних інструментів. Вертеп же – старовинний український мандрівний театр, що виник в Україні в барокову добу (друга половина 17–18 ст.). Виокремте, будь-ласка, їх «демонстративні паралелі», заявлені на с. 67.

5) На с. 66 стверджується: «Одночасно в його піснях (В. Івасюка) почута була співвіднесеність із творчістю таких видатних радянських естрадних виконавців як Л. Утьосов, П. Лещенко, К. Шульженко, М. Бернес, що репрезентували крізь призму пісенного жанру моральні цінності дружби, любові, пам'яті – у формах вираження, споріднених з актуальною свінговою джазованістю звукових наповнень». Хотілося б уточнити в чому ж усе таки виявляється ця співвіднесеність, адже В. Івасюк – композитор, а не виконавець (крім, звісно, кількох виступів із Н. Яремчуком і В. Зінкевичем на «Пісні року» на початку 1970-х рр.), причому з чисто українським світовідуттям?

Незважаючи на зауваження та поставлені запитання, що, однозначно, засвідчують інтерес до теми дисертаційного дослідження і «білі плями» в її окресленні, зазначу, що робота має широкий спектр теоретичного та практичного використання, оскільки є тим джерелом, яке систематизує інформаційний ресурс про художньо-комунікативні виміри творчої діяльності композитора в світлі останніх досягнень науки. Представлене до захисту дослідження п. О. Г. Польового є актуальним як у плані теоретичної реконструкції художньої комунікації в композиторській творчості, так і

практичної, зокрема у втіленні його ідей у музичному менеджменті та маркетингу.

Підводячи підсумок, відзначу, що висловлені зауваження та запитання, які неодмінно виникають у процесі прочитання наукової праці та її рецензування, не знижують її загальної позитивної оцінки. О. Г. Польовий вибудовує свої міркування та висновки, спираючись на міцний фундамент музикознавчих, культурологічних, філософських, соціологічних досліджень: в списку літератури 287 позицій, із них 25 – іномовних, безпосередньо пов'язаних із проблематикою дослідження.

Автореферат і публікації, серед яких 6 статей у фахових українських і зарубіжних наукових виданнях, повністю відповідають змісту дисертації. Відрадно, що в авторській позиції гармонійно поєднується дослідницький інтерес із композиторським, що акумулює художньо-комунікативний дискурс. Коло проблем, охоплених автором дисертації, має перспективи для подальшого їх вивчення.

Все вищезазначене дозволяє зробити висновок, що дослідження «Художньо-комунікативні параметри творчої діяльності композитора в музичній культурі України кінця XX – початку XXI століття» відповідає вимогам, які висуваються АК МОН України до кандидатських дисертацій за спеціальністю 26.00.01 – теорія та історія культури, а його автор Олег Григорович Польовий гідний присудження наукового ступеня кандидата мистецтвознавства (доктора філософії).

Доктор мистецтвознавства, професор,
завідувач кафедри методики музичного виховання і диригування
ДДПУ ім. Івана Франка

І. Л. Бермес

