

# ПРОБЛЕМЫ МУЗЫКАЛЬНОЙ НАУКИ

## PROBLEMS OF MUSICAL STUDIES

А. В. КРЫЛОВА

*Ростовская государственная консерватория им. С. В. Рахманинова*

### ФОЛЬКЛОРНЫЕ ФОРМЫ РЕКЛАМЫ В ОТЕЧЕСТВЕННОМ МУЗЫКАЛЬНОМ ИСКУССТВЕ XVIII–XX ВЕКОВ

**Ж**изнь и искусство с древнейших времён тесно взаимосвязаны. Ярким примером такого сопряжения является, в частности, воссоздание различными видами искусства ранних форм рекламы, широко распространённых в бытовой культуре и функционирующих в социально-экономических формациях Нового времени. Рассматривая этот феномен на примере России, следует подчеркнуть общеевропейский характер данной тенденции. В основе её (независимо от территориальной и национальной принадлежности) – бурное экономическое развитие определённой страны, начиная с периода зрелого Средневековья. Как известно, этот период характеризуется расцветом городов (и, соответственно, городской культуры), которому благоприятствовала активизация товарно-денежных отношений города и деревни. Это привело, в свою очередь, к небывалому ранее «буму» торговли, возникновению ярмарочных центров общеевропейского значения.

Торговля вразнос на протяжении столетий была неотъемлемой составляющей бытового пласта жизнедеятельности человека. Не приходится удивляться весьма обстоятельному и многогранному отражению соответствующих мотивов в европейском искусстве. Зрелищность ярмарочных и уличных форм торговли, их событийная, красочная, звуковая динамика, несомненно, способствовали запечатлению данной сферы образов в литературе, музыке, скульптуре, но прежде всего – в живописи и графике. Исследователи отмечают, что, начиная с XVII века, уличная торговля утверждается в качестве одной из приоритетных тем европейского изобразительного искусства. Так, Ф. Бродель пишет: «Мы знаем уличных торговцев, рисованных Карраччи или Джузеппе Барбери, они предлагают фиги и дыни, зелень, апельсины,

солёные крендели, газеты, лук, хлебцы, старую одежду, рулоны ткани и мешки с углём, дичь, лягушек...». И далее: «...завывные крики Парижа, крики Лондона, крики Рима нашли отражение в гравюрах тех времён и в литературе» [1, с. 63]. Жанровые полотна и гравюры западно-европейских мастеров – своеобразная энциклопедия нравов, обычаев, костюмов, предметов обихода и номенклатуры рыночных товаров. Наряду с этим, что не менее существенно, зрителю предстаёт целая «портретная галерея» типажей торгового люда, не ограничиваемая национальными и этническими рамками.

Торговая тема в русской живописи актуализируется несколько позднее. В частности, XIX столетием датируются многочисленные жанровые портреты уличных торговцев – офорты и гравюры, выполненные художниками Г. Шёнбергом, Д. Ходовецким, К. Гейслером. Созданные по «этюдам с натуры» (прежде всего, рисункам К. Гейслера и Е. Майера, которые работали на петербургских улицах), указанные портреты с фотографической достоверностью фиксируют характерные черты городских «коробейников» рубежа XVIII – первой половины XIX столетий (продавцов гребёнок, конфет, вещного старья, зелени, блинов, сбитня и пр.) в аутентичных городских «интерьерах». Выразительность каждого торгового «персонажа», как правило, подчёркивается деталями своеобразного «корпоративного» костюма.

Не менее интересны и жанровые миниатюры, воссоздающие атмосферу массовых празднеств того времени. Так, гравюра Д. Ходовецкого (по рисунку с натуры Е. Майера) «Народные увеселения в Петербурге екатерининского времени» ярко запечатлевает колоритную атмосферу ярмарочного гуляния, с непременно балаганным Петрушкой, качелями, уличным угощением и, конечно же, разнообразным

торговым людом. Сцены торгова, столь живописно представленные на полотнах русских художников, перекликаются с многочисленными и не менее «живописными» литературными описаниями. Немало подобных страниц содержит историко-публицистическая литература («Из жизни торговой Москвы» И. Слонова, «Старый Петербург» и «Старая Москва» М. Пыляева, «Ушедшая Москва» И. Белоусова и др.), как, впрочем, и художественная (пьеса XVIII века «Игра пирожная», сатира «Филарет и Евгений» Антиоха Кантемира, «Летний Сергей у Троицы» Г. Успенского, «Петербургский случай» А. Левитова и др.).

Наиболее интересен аспект характеризуемой темы, обусловленный воссозданием звуковых картин уличного торгова в музыкальном искусстве. Целенаправленное собирание фольклорных образцов отечественной звуковой рекламы, предпринятое в дооктябрьский период Музыкально-этнографической комиссией, явилось своего рода документальным подтверждением эстетической значимости торговых выкриков. В соответствии с более ранним экономическим развитием Западной Европы, творческий интерес к этому звуковому пласту, служившему «фоном» жизни любого горожанина, обнаруживается у европейских музыкантов ещё на протяжении Средних веков. Так, характеризуя процесс эволюции жанра литургической драмы в музыкальном искусстве раннего Средневековья, Р. Грубер указывает на постепенное сближение духовных сюжетов с повседневной жизнью и появление в связи с этим колоритных персонажей, буквально «выхваченных из самой гущи окружающей действительности» [3, с. 494]. Чередование религиозно-назидательных сцен с народно-бытовыми влекло за собой интонационную «подпитку» жанра песенным фольклорным материалом, включая интонации торговых выкриков. Анализируя логику столь странных «метаморфоз» в недрах духовного жанра, исследователь пишет: «Аргументация велась, по видимому, так: чтобы справить похоронный обряд, надо тело Христа набальзамировать; чтобы достать бальзам, необходимо его купить; купить – значит отправиться на рынок, на ярмарку. И вот в литургическую драму включается яркая жанровая сценка – рынок, выкрики разносчиков, ларёк продавца бальзамом...» [3, с. 495].

Воссоздание торговых выкриков можно обнаружить и в таких типичных для XIII–XVI веков жанрах, как мотет и шансон. Интересен, например, датируемый XIII столетием анонимный политекстовый мотет, в котором основу кантуса, вместо традиционного литургического тенора, составляют мелодически выписанные выкрики

разносчиков, наперебой предлагающих свой товар: «Земляника свежая, французские груши, земляника...» (пример 1).

Своеобразную жанровую зарисовку, но уже XVI века, представляет собой шансон «На рынке в Аррасе» Орlando Лассо. Активность голосов имитационно-полифонической ткани ассоциируется с рыночной звуковой атмосферой, буквально перенасыщенной назойливыми выкриками торговцев (пример 2).

Анализируя фольклорные образцы уличной рекламы, И. Земцовский упоминает об использовании подобного рода фольклорного материала в сочинениях Г. Ф. Генделя, Г. Кастнера, Э. Сигмейстера. Дополнив этот ряд именами французских композиторов Ж. Массне и Ж. Бизе, можно воссоздать общеевропейский «спектр» освещаемого явления.

В России ярко выраженный интерес к художественному преломлению соответствующих рекламных форм уличной торговли предопределялся исконным тяготением отечественных композиторов к «интонационной правде». Наиболее активно фольклорный пласт торговых выкриков осваивался русской оперой. В хронологическом ряду оперных сочинений русских авторов, воссоздававших ярмарочные выкрики, наиболее ранними образцами являются «Как поживёшь, так и прослывёшь, или Санктпетербургский гостинный двор» В. Пашкевича на текст М. Матинского (1782) и «Сбитенщик» А. Буландта на текст Я. Княжнина (1783). Написанные в одно время, оперы эти связаны с народным театром, который бурно расцвел на рубеже XVII–XVIII веков, и с зарождающейся под его влиянием русской комедией. «Давая сатирическое освещение русской жизни, – пишет исследователь, – авторы народных комедий и актеры из народной среды создавали театр реалистический, по-своему обобщающий социальную действительность, рисуящий “русские характеры”, но не в психологическом, а в социально-бытовом плане. Этот народный “социально-бытовой реализм” проявлялся и в живом, полном остроумия, порой грубоватого юмора народном языке. Пословицы, прибаутки и особенно песни были неотъемлемой составной частью этого театра» [5, с. 5–6].

Из цитируемого высказывания можно заключить, что народно-бытовая опера XVIII века актуализировала интонационный пласт торговых выкриков исходя из требований «социально-бытового реализма». Появление торговых людей в качестве персонажей оперных спектаклей (например, сбитенщика Степана – простонародного героя, напоминающего своей находчивостью Фигаро, – или представителей

купеческой гильдии) повлекло за собой поиск особых оттенков их музыкальной характеристики. Подобающие «штрихи к портрету» обнаруживались в реальной действительности, благодаря чему персонаж наделялся определённым социальным статусом и бытовыми приметами, прежде всего – музыкально-речевыми. Так, выходная ария сбитенщика Степана буквально списана с натуры, являя собой типичный выкрик:

Вот сбитень! Вот горячий!  
Кто сбитня моего?  
Все кушают его:  
И воин, и подьячий,  
Лакей и скороход,  
И весь честной народ.  
Честные господа!  
Пожалуйте сюда.

А. Некрылова цитирует близкие варианты приговоров сбитенщиков, известные по фольклорным записям XVIII–XIX веков [7, с. 91], подтверждая тем самым реалистичность музыкально-текстовой характеристики героя, который принадлежит к цеху уличных торговцев.

Если А. Булландт и Я. Княжнин используют интересующий нас интонационный пласт для характеристики главного персонажа, дабы придать ему полновесную реалистичность (и внешнего антуража, и «речевой» манеры), то в опере В. Пашкевича и М. Матинского есть сцена, явно «списанная с натуры». Речь идет о секстете четырёх купцов и двух покупательниц из III действия (№ 21 партитуры). Следует напомнить, что I и III акты оперы посвящены характеристике повседневной жизни купеческого сословия. В этой повседневности, разумеется, должным образом представлено и главное занятие купцов Проторгуева, Перебоева, Разживина и Смекалкина – торговое дело. В спектакле с очевидными чертами классицистского театра (даже фамилии здесь «фиксируют» типизированный облик персонажей) развёрнутая сцена торга, включая напряжённый спор купцов-конкурентов, предлагающих свои товары, несомненно, выглядит эмблематичной. Стремление авторов запечатлеть как сущностные черты купеческой натуры, так и динамику, свойственную миру торговых взаимоотношений, обуславливает художественную имитацию реальности – выкриков продавцов, наперебой предлагающих и расхваливающих свои товары. Вербальный и музыкальный тексты с большой точностью воссоздают особенности фольклорных рекламных реалий, а именно:

– изложение сугубо деловой информации о товарах и их свойствах;

– лексическую специфику – например, типичное эмоционально-смысловое усиление за счёт глагольной формы «есть» или наречия «здесь» («Здесь атласы, канифасы, / здесь есть гасы и каркасы. / Здесь есть шелковы чулки / и остындские платки...»);

– синтаксическую организацию выкриков – доминирование назывных, неполных, нераспространенных предложений;

– использование обращений («Барыни, сударыни, что угодно вам?...»);

– случайность рифмовки, обусловленную не художественными, а прагматическими целями «стихотворчества»;

– ясную ритмическую пульсацию, с преимущественно силлабическим соотношением музыки и слова;

– связанную с этим речитативность, приближающую звучание к разговорному варианту, но при сохранении ритмически регулярного скандирования слов;

– следование музыкальной интонации за фонетическим «рельефом» текста.

К сказанному добавим, что композитор, намеренно пытаясь придать сцене видимую статичность, лишает названный секстет интонационного развития. Выкрики купцов, равно как и вопросы покупательниц, строятся на точных или вариативных повторениях заданных интонационно-ритмических оборотов с удачным использованием остинатности и имитаций. Тем самым достигается эффект ярмарочной толкотни, которая по сути своей также статична. Е. Левашёв пишет об этом: «Принцип остинатного возвращения к исходной точке обнаруживает себя также в нарочитом противопоставлении струнной и духовой групп оркестра, а в кульминации он подчёркивается и полифонически (бесконечным каноном)» [4, с. 478].

Заслуживает внимания и другая композиторская «находка». Торг – это всегда своеобразный поединок продавца и покупателя; кроме того, по сюжету в данной сцене между ними разгорается настоящий спор. Чтобы создать ощущение напряжённости «в противовес» упомянутой интонационной статичности, композитор использует тональность Ми-бемоль мажор, тесситурно неудобную для участвующих в сцене голосов. Пение в завышенной тесситурно-регистровой зоне придаёт звучанию особую интенсивность, ведь речь, переходящая в крик, характеризуется естественным повышением (крайняя степень последнего – крик, сменяющийся визгом). Таким образом, композитор использует все типовые приёмы, относящиеся к сфере выкриков;

при этом перед нами – звуковой текст со значительной долей художественного обобщения.

Оставаясь характерной приметой повседневной жизни, торговые выкрики как музыкально-речевой феномен закрепились в контексте русской оперы, причём не только народно-бытовой. Так, в 40-е годы XIX века интересующий нас интонационный пласт был ярко воссоздан в одной из первых отечественных лирических музыкальных драм – салонной опере Михаила Виельгорского «Цыгане». Известно, что сцена Макарьевской ярмарки из III действия «Цыган» поразила Ф. Листа необычным звуковым колоритом. Музыкант обширного кругозора, прекрасно ориентировавшийся в новаторских открытиях композиторов-романтиков, Михаил Виельгорский стремился достичь здесь некоего стереоэффекта: раздел *Vivace assai* из упомянутой сцены, исполняемый хором в сопровождении *pizzicato* струнных, был снабжён авторской ремаркой «Из разных сторон базара».

На протяжении этого раздела два солирующих сопрано, а также отдельные группы хора, находящиеся в различных точках сценического пространства, «в разнобой» (что подчёркивается диссонантными «нестыковками» вертикали) речитируют традиционный текст выкриков: «Турецкие шали!», «Холстинки, миткали», «Сюда, сюда!», «Купите, купите!» и т. д. Отмечая необычность указанной сцены, Т. Щербакова пишет: «Её цель – передать звукотембровую характерность и национальное своеобразие гомонящего на большом пространстве ярмарочного люда – торговцев, крестьян, солдат, офицеров, цыган. Композитор стремился сочетать фактурную и звукодинамическую подвижность музыкальной формы с рельефным песенным тематизмом» [11, с. 125]. Крещендирующее развёртывание ярмарочной сцены образует колоритный фон для позднейшего дивертисмента цыганских песен и плясок, параллельно которому осуществляется динамическое нарастание, завершаемое генеральной кульминацией лирико-драматической линии оперы (князь Селавин узнаёт в безумной цыганке свою пропавшую дочь Ольгу).

Эпизод «разноголосицы» на Макарьевской ярмарке – интереснейший опыт создания характеристической картины народного быта, динамизирующей развитие основных линий драматургии в лирической музыкальной драме, – предвосхитил аналогичные художественные искания русских композиторов второй половины XIX века. Чутко воспринимая звуковую атмосферу подлинной реальности, запечатлеваемой посредством торговых выкриков, отечественные мастера «инкрустировали» подоб-

ные эпизоды в драматический контекст вновь создаваемых оперных спектаклей. При этом, естественно, учитывалось неизбежное возникновение у предполагаемой аудитории целого шлейфа ассоциаций, обусловленного сопряжением подобной реальности с традиционным музыкально-театральным «пространством». (Именно осознание эстетической весомости указанного сопряжения побудило впоследствии А. Кастальского записать протяжённый фрагмент «уличной симфонии» как музыкального произведения, стихийно рождаемого самой жизнью.)

Вот почему далеко не случаен ощутимый интерес к фольклорным образцам уличной голосовой рекламы, проявляемый отечественными композиторами второй половины XIX века. Известно, что идея формирования русского музыкального стиля представлялась ключевой для национальной композиторской школы того времени и целенаправленно утверждалась нашей музыкальной критикой (прежде всего, В. Одоевским, В. Стасовым, Г. Ларошем и др.). Реализация же этой идеи обуславливалась продуктивным синтезом народных традиций с профессионализмом европейского типа, сформировавшимся у первых поколений русских композиторов благодаря обучению в Италии и Германии, а затем – в отечественных консерваториях. Углублённое изучение самых разнообразных пластов фольклора как важнейшей составляющей российской повседневности считалось жизненно необходимым для национального художника, независимо от его условной «специализации» (опера, балет, симфоническая, камерно-инструментальная музыка и др.).

Ближайшим последователем М. Виельгорского в рассматриваемом аспекте явился А. Серов. Работая в конце 1860-х годов над оперой «Вражья сила», он тщательно изучал сохранившиеся рукописные материалы «Цыган». Т. Щербакова обоснованно утверждает: знакомство с указанными рукописями во многом помогло автору «Вражьей силы» ярко «...воссоздать своенравную красоту нового в оперном жанре фольклорного материала города – *выкрики торговцев* (курсив наш. – А. К.), гомон толпы, песни солдат, музыку русских цыган» [11, с. 126]. «Рыночная площадь в городе. Кабак» – такова ремарка, предваряющая прелюдию-интермеццо к последнему действию оперы А. Серова «Вражья сила». Именно на этом фоне разворачивается в дальнейшем «Сцена гулянки» (№ 19 партитуры), включающая в свой многоплановый контекст и торговые выкрики. Инструментальное вступление, подчёркивающее картинность декоративно-

сценического воплощения «примет» рыночной площади, основывается на тематизме фольклорного характера: тема дударей и вольтычников, играющих прямо на сцене среди «ярмарочной сутолоки», в интонационном и синтаксическом плане родственна многочисленным народным пастушьим наигрышам.

В «разноголосице» спящего торгового люда композитором рельефно очерчен ряд персонажей. Это сбитенщик, саешник, прянишник и блинник. Заметим, что все они – торговцы весьма популярным на Руси товаром, фигуры заметные, если не эмблематичные для отечественной ярмарки. Каждый из них предлагает и расхваливает свой товар, опираясь на собственную, вполне узнаваемую мелодию. Интересно, что выкрики каждого, будучи закреплёнными тесситурно, далее не меняют своего звуковысотного положения. Если сбитенщик кричит в объёме кварты (*ре* первой октавы – *ля* малой), то на протяжении всей сцены его выкрики сохраняют и данный диапазон, и звуковысотное расположение. В этом прослеживается определённый композиторский замысел: подобная дифференциация голосов торгующих, выделяемых из общего звукового фона, в реальной жизни обеспечивает успешность торговли (соответственно фактическим законам рынка).

Рассмотрим выкрики торговцев в данной сцене с точки зрения их стилистической близости к фольклорным образцам (пример 3).

Обратим внимание на типично фольклорную природу текстов, сравнив, в частности, слова сбитенщика с известными фольклорными образцами, приводимыми А. Некрыловой [7]:

Вот сбитень, вот горячий!  
Кто сбитню моего?  
Всякий кушает его:  
И воин, и подъячий.

Или:

Сбитень горяч!  
Кипит горяч!  
Вот сбитень, вот горячий –  
Пьёт приказный, пьёт подъячий.

Следует указать на характерную синлабику, подчёркивающую текст-музыкальную структуру цитируемых выкриков: строка текста в точности совпадает с границами попевки. Приёмы развития здесь также типичны – точный либо вариантный повтор. К числу наиболее существенных музыкально-интонационных особенностей принадлежат ограниченный диапазон попевок-выкриков, главенство мелодических

«формул» опевания либо движения к вершине-источнику (поступенного или скачкообразного) с последующим нисхождением. Напомним, что рассматриваемые выкрики торговцев помещены композитором в более масштабный, полифонически организованный интонационный контекст. Они сопрягаются с партией оркестра, последовательно развивающей тему наигрыша дударей, с лихим молодецким напевом парней (тема «Уж я скок на ледок!»), с поступенно нисходящей хоровой темой гуляющих мужиков («Что у каждого кошель...»), с канонически излагаемой темой женских голосов («Как вечер я молоденька...»). Взаимодействие этих пластов создает «эффект присутствия» многоликой и многоголосной, гуляющей и торгующей ярмарочной толпы.

Звуковое воплощение упомянутой сцены, предложенное Серовым, в значительной степени переключается со сценой торгового бала Н. Римского-Корсакова «Млада», сочинённой в 1889–1890 годах. Следует напомнить, что в оперном творчестве Римского-Корсакова прослеживается явное тяготение к музыкальному воссозданию ситуации торгового бала. Учитывая известную любовь Римского-Корсакова к звуковой монументальности и колористике, подобный интерес можно считать вполне объяснимым: декоративная, лексическая, психоэмоциональная типизация, свойственная русскому ярмарочному торгу, присущий ему размах «действия» и красочного антуража вполне сопоставимы с аналогичными характеристиками излюбленного композитором праздничной русской обрядовости. В сравнении с другими операми Римского-Корсакова, сцену торгового бала из «Млады» отличает подлинно реалистическая установка композитора. Он исходит из обязательности сохранения главного принципа «звуковой партитуры рынка»: каждый кричит «на свой голос». Басы выкрикивают: «Хлебов, зёрен», с ними «зычно» (именно такая ремарка выставлена в партитуре) переключаются меццо-сопрано: «Тонкая есть пряжа! Ой, купите пряжи!» (пример 4).

Как и в опере Серова, каждый выкрик зафиксирован Римским-Корсаковым не только интонационно, но и тесситурно. При этом, наряду с типично фольклорными выкриками, отвечающими всем указанным ранее особенностям (краткость, строгая синлабика и пр.), здесь встречаются интонационно более развитые, фактически уподобляемые выразительным и протяжённым мелодиям. Таковы по-восточному витиеватая тема мавра, предлагающего «пояс чудный, кован златом, из индийских дальних стран» (пример 5), или грациозная мелодия торговли янтарными украшениями (пример 6).

Этот же принцип трансформации торгового выкрика, превращаемого в ярко индивидуализированную музыкальную тему, доминирует на протяжении сцены торгова из «Садко», которая лишь условно (исходя из сценической ситуации) соотносится с реальностью. Подобная трактовка названной сцены определяется, несомненно, жанром оперы-былины, требующим высокой степени обобщения и поэтизации.

В силу специфики своего дарования и эстетических воззрений, не мог обойти вниманием интересующий нас фольклорный пласт и М. Мусоргский. Художественное воплощение проторекламных торговых выкриков в его опере «Сорочинская ярмарка» представляется весьма показательным. Особое отношение композитора к интонационной нюансировке живой разговорной речи, выявлению её музыкальной «предрасположенности» хорошо известно. Этим, в частности, объясняется длительная задержка в работе над «Сорочинской ярмаркой»: задумав в 1875 году сочинить оперу по повести Н. Гоголя, композитор приступил к созданию музыки лишь год спустя. О сомнениях, им испытываемых в связи с этим произведением, Мусоргский откровенно высказался в одном из писем (от 20 апреля 1875 года): он полагал вряд ли возможным быстро и легко «...овладеть малорусским речитативом, т. е. всеми оттенками и особенностями музыкального контура малорусской речи...» [6, с. 60].

Ярмарочная сцена из оперы «Сорочинская ярмарка» в ситуационно-сценическом аспекте трактуется аналогично предшествующим образцам, о чём свидетельствует авторская ремарка в клавире: «Ярмарка. Лотки, навесы, телеги, множество разнообразных товаров. Торговцы и торговки, крестьяне, чумаки, цыгане, евреи, молодые парубки и девушки. Общее оживление и суета...». Не случайно данную сцену открывают именно торговые выкрики, сразу создающие атмосферу суетливого движения и гомона толпы. И всё же упомянутое сходство оказывается весьма поверхностным. Достигая впечатляющего реалистического эффекта в имитации звуковой красочности, присущей ярмарочной торговле, Мусоргский демонстрирует более высокий уровень художественно-интонационного обобщения. Композитор не стремится к точному воссозданию «натуры» – он идёт избирательным путем, выявляя наиболее типичные музыкально-речевые варианты из всего имеющегося многообразия. В отличие от Серова и, отчасти, Римского-Корсакова, у которых на протяжении ярмарочной сцены каждый продавец наделён «своим голосом» и своей «темой» (напомним, что тема эта не может быть передана

другому персонажу, как и в реальной ситуации сбивенщик не мог бы расхваливать свой товар, используя выкрик саешника), для Мусоргского абсолютно не важна «прикладная» связь между выкриком и конкретным видом товара.

К примеру, одинаковыми музыкально-речевыми формулами насыщены в условной сценической ситуации сорочинского торжища партии горшечника и шапочника, продавца колес и торговца бижутерией, мешочника и торговца дынями и баклажанами. Гениальный мастер исходит при этом из предельной интонационной типизированности выбранных им формул. Используемые Мусоргским попевки действительно воспроизводят некоторые интонационные обороты, эмблематичные для рекламных выкриков: многократно повторяемый восходящий (или нисходящий) квартовый скачок, «обрастание» опорного тона близлежащими вспомогательными звуками и восходящее ступенное движение с последующим возвратом. Достаточно сопоставить интонации, доминирующие в ярмарочной сцене у Мусоргского, с подлинными фольклорными образцами (пример 7), чтобы удостовериться в правомерности данного утверждения.

В целом, ощутимому интересу русских композиторов к звуковым реалиям повседневной жизни сопутствовало стремление воссоздать в художественных текстах рассматриваемых нами оперных сочинений весьма яркое и колоритное явление уличной (преимущественно ярмарочной) торговли. Воспроизводимые с разной степенью детализации и реалистической точности, торговые сцены, как правило, насыщались многочисленными интонационно-эмблематичными «приметами» соответствующей сферы отечественного фольклора, являя собой специфический «текст в тексте». Музыкально-речевые формулы торговых выкриков, «инкрустируемые» в художественный контекст оперного спектакля, представляли существенный в смысловом отношении фрагмент целого. Обращаясь к повседневному слуховому опыту русского зрителя, они создавали иллюзию жизненной реалистичности, некоей «подлинности» звукового декора, на фоне которого развёртывались важнейшие драматургические линии, связанные с судьбами основных героев. Благодаря этому и репрезентируемое повествование воспринималось как художественно правдивое, сообразно требованиям историко-бытовой или же лирико-бытовой оперы. Отметим и последующую тенденцию, которая характеризовалась умышленной отграниченностью от натуралистического музыкального «изображения» торговых выкриков и приоритетным значением художе-

ственно-обобщённого их воссоздания. Именно благодаря этому оказался возможным переход от оперно-вокального воплощения «торгового ярмарочного гомона» к инструментальному. Здесь, конечно же, исключительно важная роль принадлежала «Петрушке» И. Стравинского – массовым сценам прославленного балета, в особенности его 1 картины («Народные гуляния на масляной»).

Многокрасочное «звуковое пространство» русской ярмарки, запечатлеваемое гениальным слухом Стравинского, вбирает в себя не только типичнейший набор «привычно-стёртых песенных интонаций», не только остроумно воссоздаваемое (путём беспрестанного чередования двух гармоний) однообразное звучание губных гармошек, но и «...короткие, многократно повторяемые квартовые попевки трихордного склада (флейтовая и виолончельная темы в начале 1 картины), в которых остроумно обобщены (курсив наш. – А. К.) характерные выкрики уличных торговцев, разносчиков и ярмарочных зазывал» [2, с. 72]. Отечественный исследователь, привлекая соответствующие записи А. Кастальского из I тома «Трудов Музыкально-этнографической комиссии», сравнивает с ними инструментальные мелодии «Петрушки» для подтверждения интонационной общности сопоставляемого материала (пример 8).

Итак, торговые выкрики, в силу своей звуковой колоритности, оставались актуальными для отечественного музыкального искусства на протяжении полутора столетий. Однако, со временем утрачивая прежнюю значимость в быту, они, соответственно, исчезали и со страниц художественных произведений. Сетуя на весьма скромное количество новейших фольклорных записей торговых выкриков, на «умирание» традиции, Н. Янчук отмечал: «...во-первых, многие виды промысла, связанного с уличными выкриками, совсем исчезли, а во-вторых, чем дальше, тем меньше замечается мастеров и виртуозов этого искусства (курсив наш. – А. К.)... наконец, в настоящее время администрация нередко запрещает торговцам какие бы то ни было выкрики на улицах и во дворах» [12, с. 502].

В послереволюционный период, сообразно утверждающейся новой «модели» быта, которую путём запретов проповедовала новая идеология, изменилось и отношение композиторов к данному фольклорному пласту. Любопытно, например, что А. Хачатурян, избирая в качестве основной темы II части своего Первого фортепианного концерта фольклорный напев-выкрик, услышанный когда-то в Тбилиси, коренным образом переосмыслил указанный источник. Композитору удалось создать совершенно иную

по характеру напевную лирическую мелодию, в которой, по его свидетельству, даже грузинские и армянские музыканты не узнавали народной первоосновы, хотя «...простейший анализ указывает на интонационную общность этих двух мелодий» [9, с. 40–41].

Поскольку народный прообраз упомянутой лирической темы оценивался Хачатуряном как «легковесный», автор Концерта отнюдь не стремился к её «опознанию» слушателями. Более того, молодой композитор (данное произведение сочинялось в 1936 году, когда Хачатурян был ещё аспирантом консерватории) опасался: если специалисты сумеют выявить считавшийся «непрезентабельным» пласт фольклора, откуда была заимствована песенка, их реакция может оказаться весьма суровой. «Я очевидно рисковал... – напишет он об этом позднее, – что будущие критики моего произведения, узнав первоисточник, подвергнут меня, молодого композитора, разносу “за дерзость”» [10, с. 27].

Возможно, поэтому рассматриваемая тема II части Концерта представляет собой художественное переосмысление заимствованного материала, при котором ассоциации с торговыми выкриками полностью утрачены. Такие параллели вообще представляются здесь нежелательными, поскольку автор стремится не воссоздать у слушателя ассоциативный ряд, связанный с бытовыми звуковыми реалиями, а, напротив (при сохранении некоего интонационного «остова» фольклорной мелодии), осуществить полную трансформацию указанного материала, переходя от бытийного интонационного пласта к собственно художественному, возвышенно-лирическому типу интонирования.

Упомянутые отражения фольклорных форм голосовой рекламы в различных видах искусства, особенно в музыке, свидетельствуют не только об этнографической значимости соответствующего явления. Речь идёт об эстетической его полноценности, о сохранении протокреативных звуковых реалий, воплощаемых в академических формах искусства, запечатлеваемых в художественных текстах как неотъемлемой части русской культуры. Осознание этого факта представляется важным и с точки зрения исторической эволюции рекламы, и в аспекте осмысления данного феномена в культурной атмосфере Нового времени – до начала XX столетия включительно. Очевидно, что лишь незаурядное и по-настоящему органичное для русского быта явление, значимое не только экономически, социально, но и эстетически, могло стать объектом творческого внимания, более того, вдохновения как для художников и писателей, так и для музыкантов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бродель Ф.* Игры обмена. М.: Прогресс, 1988. 634 с.
2. *Вершинина И.* Ранние балеты Стравинского. М.: Наука, 1967. 222 с.
3. *Грубер Р.* История музыкальной культуры: в 2 т. М.–Л.: Музгиз, 1941. Т. I. Ч. 1. 595 с.
4. *Левашёв Е.* Опера «Санктпетербургский гостинный двор» и её авторы // Памятники русского музыкального искусства. М.: Музыка, 1980. Вып. 8. С. 461–498.
5. *Левашёва О.* Начало русской оперы // История русской музыки: в 10 т. М.: Музыка, 1985. Т. 3. С. 5–45.
6. *Мусоргский М.* Письма и документы. М.–Л.: Музгиз, 1932. 580 с.
7. *Некрылова А.* Русские народные городские праздники, увеселения и зрелища (конец XVIII – начало XX вв.). Л.: Искусство, 1984. 192 с.
8. *Телешов Н.* Записки писателя. М.: Гослитиздат, 1948. 352 с.
9. *Хачатурян А.* Как я понимаю народность в музыке // Советская музыка. 1952. № 5. С. 39–43.
10. *Хачатурян А.* Статьи и воспоминания. М.: Сов. композитор, 1980. 423 с.
11. *Щербаклова Т.* Михаил и Матвей Виельгорские: Исполнители. Просветители. Меценаты. М.: Музыка, 1990. 128 с.
12. *Янчук Н.* Несколько замечаний об источниках изучения первобытной музыки // Труды Музыкально-этнографической комиссии Общества любителей естествознания, антропологии и этнографии. М.: Тип. К. Меншова, 1906. Т. 1. С. 499–517.

REFERENCES

1. *Brodel F.* Igrы obmena [Games of Barter]. Moscow: Progress Press, 1988. 634 p.
2. *Vershinina I.* Rannie balety Stravinskogo [Stravinsky's Early Ballets]. Moscow: Nauka Press, 1967. 222 p.
3. *Gruber R.* Istoriya muzykal'noy kul'tury [The History of Musical Culture]: in 2 vol. Leningrad–Moscow: Muzgiz Press, 1941. Vol. I. Part 1. 595 p.
4. *Levashyov E.* Opera «Sanktpeterburgskiy gostinyi dvor» i eyo avtory [The Opera «St. Petersburg Gostiny Dvor» and Its Authors]. Pamyatniki russkogo muzykal'nogo iskusstva [Monuments of Russian Musical Art]. Moscow: Muzyka Press, 1980. Issue 8. P. 461–498.
5. *Levashyova O.* Nachalo russkoy opery [The Beginning of Russian Opera]. Istoriya russkoy muzyki: v 10 tomakh [The History of Russian Music]: in 10 vol. Moscow: Muzyka Press, 1985. Vol. 3. P. 5–45.
6. *Musorgskiy M.* Pis'ma i dokumenty [Letters and Documents]. Moscow–Leningrad: Muzgiz Press, 1932. 580 p.
7. *Nekrylova A.* Russkie narodnye gorodskie prazdniki, uveseleniya i zrelishcha (konets XVIII – nachalo XX vekov) [Russian Folk Urban Festivals, Entertainments and Pageants (the end of the XVIII<sup>th</sup> – the beginning of the XX<sup>th</sup> centuries)]. Leningrad: Iskusstvo Press, 1984. 192 p.
8. *Teleshov N.* Zapiski pisatelya [Notes of the Writer]. Moscow: Goslitizdat, 1948. 352 p.
9. *Khachaturyan A.* Kak ya ponimayu narodnost' v muzyke [How I Interpret the National Character in Music]. Sovetskaya muzyka [Soviet Music]. 1952. No. 5. P. 39–43.
10. *Khachaturyan A.* Stat'i i vospominaniya [Articles and Memories]. Moscow: Sovetskiy kompozitor Press, 1980. 423 p.
11. *Scherbakova T.* Mikhail i Matvey Viel'gorskies: Ispolniteli. Prosvetiteli. Metsenaty [Michael and Matthew Vielgorskys: Artists. Enlighteners. Patrons of Art]. Moscow: Muzyka Press, 1990. 128 p.
12. *Yanchuk N.* Neskol'ko zamechaniy ob istochnikakh izucheniya pervobytnoy muzyki [Some Observations on Sources of Study of Primitive Music]. Trudy Muzykal'no-etnograficheskoy komissii Obschestva lyubiteley estestvoznaniya, antropologii i etnografii [Transactions of the Musical Ethnographic Committee of the Society of Natural Science, Anthropology and Ethnography Amateurs]. Moscow: K. Menshov Publishing House, 1906. Vol. 1. P. 499–517.

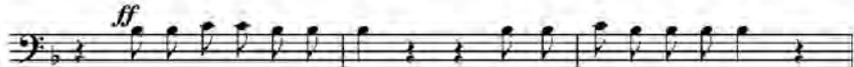
Пример 1

On pa - ro - le de batre et de vanner Et de foir et hanner  
 A Pa - ris soir et ma - tin true von  
 Fre - se nou - ve - le mue - re France,  
 Mais ces - de duis trop re - de plat - sent  
 bon pain et bon cler - vin, bo - ne chair  
 mue - re muere Fran - ce Fre - se

Пример 2

mi - re - la bon ba  
 Mi - re - li... Mi - re - li... Mi - re - li mi - re - la  
 Mi - re - li... Mi - re - li... mi - re - li...  
 Mi - re - li mi - re... Mi - re - li mi -  
 bon ba  
 Mi - re - li...  
 re la bon ba Mi - re - li mi - re - la bon ba  
 Mi - re - li, mi - re...  
 и т. д.

Сбитенщик:  Ки.па.ток; сби.те.нѣк ме.до.вий! По.ку.пай. рас.пи.вай. люд чест.ной

Саешник:  Сай.ки, сай.ки го.ря.чи! Есть мор.ков.ски ка.ла.чи!

Прянишник:  Ко.му пря.ни.ков ме.до.вых. ко.му та.точ.ных. дв.ше.вых!

Блинник:  Вот бли.ны. вот бли.ны! Всем на ди.во сле.че.ны

1 2-я торговка (Меццо-сопрано)  (Яички) Тон ка.я есть

кор I  (Торговцы) Басы Хле. бов. зе.рен! Хле. бов. зе.рен!

2 три-ка  пр.я.жа! Ой ку.пи.те пр.я.жи!

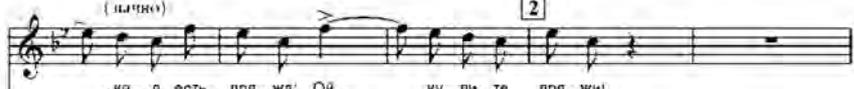
Сопрано I  Н. год. я. год!

кор I  Хле.

*p sfz*  Тон

 Я. год. я. год. сле.дых!

 бов. зе.рен! Хле. бов. зе.рен!

(Яички)  ка.я есть пр.я.жа! Ой. ку.пи.те пр.я.жи!

2-й торговец (Бас)  Пра.щи! Се.ки.ры!

2

Пример 5

Мальч (Прожаживается между народам)  
*Solente (a piacere)*

По - яс чуд - ный ко - ван зля - том из ин - дий - ских даль - ниц стран

*Andte solo rari (senza fin al fine)*

Пример 6

*(grazioso)*

Ян - тар - ны бу - бы ра - раш - ки ве - ши - е!

Со - роч - ки тка - ны - е су - зо - ром грец - ким.

Пример 7

Есть тык - вы за - мор - ские

Вот лен - ты крас - ны - е

Мо - че - ны яб - ло - ки, мо - че - ны хо - ро - шие

Гли - ны бе - лой, бе - лой

Са - хар - на мо - рож(еное)

уг - лей, уг - лей!

Ма - ро - же - но.

уг - лей, уг - лей!

Ды - ни, бак - ла - жа - ны!

Са - до - ва ма - лив - на

о - тур - цы кар - ту - фель

Са - до - ва клуб - ни - ка!

Vivace

уг - лей уг - лей у - го - ль - ке - в у - го - ль - ке - в!  
се - лед - ки - го - ланд - ски се - лед - ки  
ма - че - на я - бла - ки.

◆ ◆ ◆ ◆ ◆  
**ФОЛЬКЛОРНЫЕ ФОРМЫ РЕКЛАМЫ  
В ОТЕЧЕСТВЕННОМ МУЗЫКАЛЬНОМ ИСКУССТВЕ  
XVIII–XX ВЕКОВ**  
◆ ◆ ◆ ◆ ◆

Статья посвящена малоизученному феномену – воссозданию сцен уличной торговли в композиторском творчестве различных эпох. Автором отмечается социокультурная значимость подобных «звуковых картин» как существенного элемента повседневной городской жизни на протяжении многих столетий, характеризуется художественно-эстетический потенциал торговых выкриков, воплощаемых русскими композиторами классической эпохи и века Романтизма. В центре внимания исследователя – эпизоды уличной торговли, присутствующие в операх В. Пашкевича «Санкт-

петербургский гостинный двор» и А. Булланта («Сбитенщик»), М. Виельгорского («Цыгане») и А. Серова («Вражья сила»), Н. Римского-Корсакова («Млада», «Садко») и М. Мусоргского («Сорочинская ярмарка»). Дальнейшее развитие «торговой темы» в творчестве отечественных композиторов XX века рассматривается на примере сочинений И. Стравинского (балет «Петрушка») и А. Хачатуряна (Первый фортепианный концерт).

*Ключевые слова:* уличная торговля, ранние формы рекламы, торговые выкрики, оперный театр России конца XVIII–XIX столетий.

FOLKLORE FORMS OF ADVERTISING  
IN THE NATIVE MUSICAL ART OF THE XVIII-XX<sup>th</sup> CENTURIES

The article is devoted to scantily explored phenomenon – re-creation of the street trade scenes in composers' works of different ages. The author notes the social-cultural significance of such «phonic pictures» as important element of daily urban life for a period of many centuries, characterizes the artistic-aesthetic potential of trade shouts to be realized by Russian composers of the classical era and the Age of Romanticism. In the centre of researcher's attention are the episodes of street trade presented in operas by V. Pashkevich («St. Petersburg

Gostiny Dvor») and A. Bullandt («Sbitenschik»), M. Vielgorsky («Gipsies») and A. Serov («Hostile Force»), N. Rimsky-Korsakov («Mlada», «Sadko») and M. Mussorgsky («Sorochintsy Fair»). A subsequent development of the trade theme in works by native composers is examined on examples of the ballet «Petrouchka» by I. Stravinsky and the 1st Piano Concerto by A. Khachaturyan.

*Key words:* street trade, early forms of advertising, trade shouts, Russian opera theatre of the close of the XVIII<sup>th</sup> and the XIX<sup>th</sup> centuries.

**Крылова Александра Владимировна**

доктор культурологии, кандидат искусствоведения, профессор,  
заведующая кафедрой музыкального менеджмента, проректор по научной работе  
Ростовская государственная консерватория им С. В. Рахманинова  
Россия, 344002, Ростов-на-Дону  
*e-mail:* a.v.krilova@rambler.ru

**Krylova Alexandra V.**

Doctor of Cultural Studies, PhD in Art Studies, Professor, the Head of the Department  
of Musical management, Vice-Rector for Research work  
Rostov State S. Rachmaninov Conservatoire  
Russia, 344002, Rostov-on-Don  
*e-mail:* a.v.krilova@rambler.ru

