

*На правах рукописи*

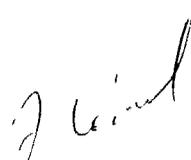
***СОВЕТКИНА Эрика Васильевна***

**ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
МУЗЫКАЛЬНЫХ ВИДЕОКЛИПОВ**

17.00.03 – кино-, теле- и другие экранные искусства

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата искусствоведения

Москва – 2005



Работа выполнена в Институте повышения квалификации работников телевидения и радиовещания на кафедре экранного искусства

Научный руководитель – доктор искусствоведения, профессор  
Утилова Наталья Ивановна

Официальные оппоненты – доктор искусствоведения, профессор  
Звягинцева Ирина Анатольевна  
– кандидат искусствоведения, доцент  
Голованов Вадим Евгеньевич

Ведущая организация: Московский государственный университет  
культуры и искусств

Защита состоится 28 апреля 2005 г. в 15-00 часов на заседании Диссертационного совета Д. 206.002.01. в Институте повышения квалификации работников телевидения и радиовещания по адресу:  
127521, Москва, ул. Октябрьская, 105, корп. 2, аудитория 702.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания.

Автореферат разослан «15» мая 2005 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



Карасева О.Г.

2006-4  
3477

2128480

## Общая характеристика работы

Все возрастающие возможности аудиовизуальных средств массовой коммуникации неуклонно ведут к появлению новых разновидностей экранных произведений. Одни из них, пройдя испытание временем, уже востребованы и прочно занимают свое место в структуре современной экранной продукции, другие же еще только находятся в стадии становления.

Стремительное развитие современных технологий, поставленных на службу творческому процессу, а также изменения, происходящие в социально-экономической обстановке общества, диктуют необходимость поиска новых форм аудиовизуальных произведений, новых средств выражения. Особого внимания в связи с этим заслуживают видеоклипы, в частности музыкальные. Их содержательное и функциональное разнообразие настолько велико, что требует серьезного теоретического осмысления.

Данное исследование посвящено проблемам эстетической сущности музыкальных видеоклипов и развитию их выразительных средств. **Необходимость** изучения музыкальных видеоклипов, их места в современной структуре экранной продукции, а также в культуре общества в целом обусловлена, прежде всего, не столько их огромным количеством, выходящим на экраны всего мира, сколько потребностью многомиллионной аудитории в таком виде аудиовизуального продукта.

Клипы диктуют моду, пропагандируют стиль жизни, являются неким “образчиком” для подражания как в поведении, так и в оценке действительности. Особенно это касается молодежной аудитории, чьи идеалы и общекультурные ценности находятся еще в стадии становления. Поэтому вопросы, связанные с влиянием музыкальных видеоклипов на людей, а соответственно и формированием у них определенного состояния и поведения, особенно актуальны.

Новые современные экранные технологии и творческие идеи,



стремительно развивающиеся в мире, касающиеся в том числе и художественно-выразительных средств, на практике зачастую испытываются на небольших экранных формах. Музыкальные видеоклипы не исключение. Более того, они, как правило, стоят в авангарде “отработки” того или иного новшества, что подтверждает насущность задачи их изучения и **актуальность** выбранной темы.

Исследование “Эстетические особенности музыкальных видеоклипов” является одним из первых в данной области, так как до этого, в основном, рассматривались вопросы киномузыки, музыки на ТВ, видеоклипы как рекламные ролики или в контексте развлекательного телевидения. Неоценимый вклад в изучение языка экрана, его средств художественной выразительности внесли выдающиеся мастера кино, основатели отечественной кинематографической школы: Д. Вертов, Л.В. Кулешов, В.И. Пудовкин, С.М. Эйзенштейн; эволюции аудиовизуального языка, восприятия звукозрительного образа посвящены работы теоретиков искусства: М.С. Кагана, Ю.М. Лотмана, А.М. Орлова, К.Э. Разлогова, и др.; исследователей в области кино и телевидения: Р.А. Борецкого, А.С. Вартанова, С.В. Дробашенко, В.В. Егорова, В.Н. Ждана, В.С. Саппака, Б.М. Сапунова, Н.И. Утиловой.

Большой вклад в изучение музыки экрана внесли О.И. Дворниченко, И.Г. Хангельдиева, Н.Н. Ефимова и др. Одни авторы разрабатывают теоретические вопросы, связанные со структурой кино- и видеопродукции, определяют место и роль музыки как одного из выразительных средств, выявляют ее драматургические функции. Другие исследователи рассматривают музыку как часть звуковой сферы фильма или телепрограммы, телепостановки, которая только в синтезе с изобразительным рядом раскрывается во всей своей полноте. Между тем, как показывает **степень изученности темы**, эти работы освещают лишь отдельные моменты огромного исследовательского поля, раскрывающего

эстетику музыкальных видеоклипов.

**Научная новизна диссертации** состоит в системном исследовании музыкальных видеоклипов. В диссертации проанализирован как исторический аспект появления такого вида экранной продукции, так и социально значимый. Впервые проведена типология и выявлены жанровые особенности музыкального видеоклипа. Намечены основные тенденции их воздействия на аудиторию.

**Объектом исследования** являются музыкальные видеоклипы.

**Предметом исследования** стала эстетика музыкальных видеоклипов с выделением их места и роли как в системе СМК, так и в культуре в целом.

**Основная цель** диссертационного исследования заключается в раскрытии эстетической сущности музыкальных видеоклипов и их влияния на отечественную культуру. Цель достигается:

- через определение роли музыкальных видеоклипов в современной структуре аудиовизуальной продукции;
- выявлением исторической оправданности появления видеоклипов;
- изучением их тематического содержания и типологии;
- выявлением функций музыкальных видеоклипов;
- рассмотрением многообразия художественно-выразительных средств, используемых при изготовлении клипов;
- определением способов влияния музыкальных клипов на аудиторию.

Тема диссертационной работы требует комплексного подхода и носит междисциплинарный характер. В ней используются методологические принципы таких наук, как эстетика, музыковедение, искусствознание, социология, психология, философия, теория кино и телевидения и др.

В своей работе диссертант опирается на общенаучные методы: аналитический, сравнительный, логический, структурный, типологический, экспериментальный. Анализ проблем ведется на трех взаимосвязанных уровнях: теоретико-методологическом, теоретическом и эмпирическом.

**Научно-практическая значимость работы.** Материал диссертации может быть интересен и для теоретиков, и для практиков в области экранных искусств. Выводы могут быть использованы как в лекционных курсах учебных заведений, так и при создании конкретных экранных произведений соответствующей направленности.

**Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Появление музыкального видеоклипа как особой формы экранного произведения имеет свои исторические предпосылки, которые на протяжении веков создавали почву для его формирования, а впоследствии и вычленения из других видов аудиовизуальной продукции.

2. На построение музыкальных видеоклипов и развитие их художественно-выразительных средств оказали влияние уже имеющиеся формы и жанры экранного искусства (кинофильмы, телепередачи). Особая роль в этом принадлежит киномюзиклам, которые наметили направление развития видеоклипов как бизнес-продукта, имеющего непосредственное отношение к массовой культуре.

3. Музыкальные видеоклипы являются неотъемлемой частью современного коммуникативного поля и имеют возможность влияния на аудиторию. У музыкальных клипов есть свои характерные особенности, функциональное разнообразие, внутренняя типология.

4. Производство музыкальных видеоклипов, являющихся, как правило, частью шоу-индустрии, находится в зависимости от предлагаемого музыкального материала, конкретных целей и задач, а также финансирования, что накладывает определенные ограничения в творческой деятельности.

**Апробация работы.** Основные положения и выводы диссертации изложены в монографии “Эстетика музыкальных видеоклипов”, изданной в 2005 г. объемом 5,5 п.л., а также в научных статьях, опубликованных в сборниках научных статей аспирантов ИПК, в выступлениях на научных

конференциях студентов и аспирантов. Автор также использует положения в учебном процессе при преподавании курсов “Теория и практика СМК“, “Техника и технология СМИ“, “Телевизионная журналистика” и “Художественно-выразительные средства журналистики” Ульяновского государственного университета.

**Структура и объем работы.** Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и библиографии.

### **Основное содержание работы.**

**Во Введении** обосновывается актуальность темы диссертации, определяются ее цели и задачи, объект и предмет исследования, отражается научная новизна, научно-практическая значимость, а также положения, выносимые на защиту.

**В первой главе** “Прообразы современного музыкального видеоклипа” исследуется исторический аспект, предпосылки возникновения музыкальных видеоклипов, выявляется эволюция взаимодействия звука (музыки) и пластики от первобытного синкретического искусства до мультимедиа.

**В первом параграфе** “К истории вопроса: от синкретического искусства к звукозрительному искусству кино” прослеживаются исторические этапы взаимодействия музыки и пластики от первобытных ритуальных танцев до кинематографа.

Люди с древнейших времен пытались соединить музыку и пластику в единое целое, воплотить звуковые образы в образы зримые. Ритуальные танцы первобытных людей, проходящие под грохот “барабанов”, крики толпы, имеющие определенный темп и ритмический рисунок, были не чем иным, как воплощением внутренних желаний, переводом мыслей и эмоциональных импульсов в зримые, пластические образы.

Постепенно синкретизм сменился синтезом - намеренным

соединением разных форм. Древнегреческая трагедия, городской фольклор средневековья, а позднее опера, балет, мюзиклы и другие музыкально-сценические формы каждый по-своему привлекали внимание аудитории.

Песня, как небольшое по форме и доступное по содержанию произведение, была и остается одним из самых распространенных музыкальных жанров. Обычно она не требовала инструментального сопровождения и письменной фиксации, что было немаловажным фактором ее широкого распространения. Песни часто инсценировались (античный театр, творчество труверов и трубадуров, театры-кабаре, мюзиклы и т.п.), и не случайно первый русский игровой фильм “Понизовая вольница, или Стенька Разин”, снятый в киноателее А.О. Дранкова, - это экранизация всенародно любимой песни “Из-за острова на стрежень”.

С появлением кинематографа человечество получило не только новый вид искусства, со своими возможностями отражения действительности, но и средство фиксации “живого” изображения, действия во времени. Киноискусство выработало собственную систему выразительных средств, свой язык на основе уже известных до него искусств.

Уже в 1895 году кинопрограммы Люмьера сопровождались аккомпанементом рояля. Музыканты, проникаясь духом передаваемой информации, старались подобрать ритм, темп, тональность и общее настроение музыкальных пьес в соответствии с настроением и ассоциациями, вызванными фильмом. С приходом звукового кино начала меняться стилистика фильмов, а вместе с ней и восприятие экранного произведения зрителем. Переплетение звука и изображения дало новые просторы для творчества.

**Во втором параграфе** “Кинемюзикл как предтеча музыкальных видеоклипов” рассматривается появление и развитие особого вида аудиовизуального произведения (киномюзиклов) с применением в них определенных приемов, ставших впоследствии основой для воплощения на

экране других видов экранной продукции, в частности музыкальных видеоклипов.

К концу 20-х годов прошлого века люди стали уже искушенными зрителями, в связи с этим назрела необходимость поиска новых форм аудиовизуальных произведений. Наиболее интересным явлением стало возникновение киномузикла; по мнению голливудских продюсеров, он должен был не только снискать зрительский успех, но и принести большие денежные прибыли. Одной из первых студия братьев Уорнеров, чтобы привлечь как можно больше зрителей в кинотеатры, обращается к съемкам бродвейских мюзиклов.

Особенностью киномузиклов становилась песня, которая выражала главные притязания героя, его кредо. Песни могли не только объяснить зрителю сюжетную линию, но и воодушевить его, эмоционально зарядить. Сами продюсеры признавались, что песни из киномузиклов - самый ходовой товар, поскольку одновременно с фильмом, как правило, выпускались тысячи грампластинок.

Многие приемы, используемые для создания современных музыкальных видеоклипов, были найдены еще на заре появления формы киномузиклов. Так, впервые были использованы съемки исполнителей песен и танцев с верхней точки, в результате люди воспринимались почти как узор. Характерной особенностью киномузиклов стало вовлечение в танец неодушевленных предметов, которые становились частью образа персонажа. Именно тогда родился многокамерный метод съемок, который получил свое истинное развитие в 1960-е годы с приходом телевидения.

Современные музыкальные видеоклипы унаследовали от киномузиклов схему показа с экрана песни, в основе которой лежит определенный темпо-ритмический рисунок, согласованный с драматургией песни. Он может складываться из различных компонентов: особые эффекты смены кадров, изменение крупности планов, световое решение, изменение

цвета, смена коротких планов (клиповый монтаж) и т.д.

**В третьем параграфе** “Киномузыка и музыка театра, их влияние на становление музыкального видеоклипа” рассматриваются вопросы, связанные с развитием музыки кино и театра, прослеживается формирование новых художественно-выразительных средств экрана и последующее влияние их на эстетику музыкальных видеоклипов.

С появлением звука во многом менялась эстетика экрана. Документальная сущность изображения и звук с его акустическими возможностями и психологическим воздействием еще больше расширили возможности как прямой констатации факта и передачи события, так и их образного решения. Дзига Вертов в фильме “Симфония Донбасса” (“Энтузиазм”) попытался организовать настоящие промышленные шумы в ритмический рисунок, расположив их в определенном порядке. В соединении со звуковой мелодией изображение обрело более мощную энергетику.

Режиссеры Григорий Александров и Иван Пырьев мастерски использовали в своих работах музыкальные композиции. Песни и мелодии, написанные для кинофильмов и впервые прозвучавшие в них, становились любимыми всей страной. Музыкальные номера не просто поддерживали сюжет фильма, они усиливали его эмоционально-образное восприятие, подчеркивали создаваемую драматургию, становились лейтмотивом образа героев, дополняя раскрытие их характеров, придавая особый душевный настрой.

В советском кинематографе с самого начала существовал приоритет авторской, оригинальной композиции, создаваемой в тесном контакте с режиссером и являющейся полноправным компонентом выразительной системы фильма. Многие известные композиторы создавали музыкальные произведения к документальным и к художественным кинолентам (Д.Д. Шостакович, С.С. Прокофьев, Г.В. Свиридов, И.О. Дунаевский, Т.Н.

Хренников, А.Я. Эшпай, А.Н. Пахмутова, М.Г. Фрадкин и др.).

Музыка театра, так же как и киномузыка, повлияла на эстетику музыкальных видеоклипов. Одним из первых В. Мейерхольд в своих спектаклях использовал музыку как часть драматического действия, а не как аккомпанемент. В. Мейерхольд не раз прибегал к контрапункту развития действия и к диссонирующему ему характеру музыки. Музыка в спектаклях Г. Товстоногова, А. Эфроса, Ю. Любимова, М. Захарова звучала не просто органично, а являлась неотъемлемой частью образного решения всего спектакля в целом.

**В четвертом параграфе** “Светомузыка и мультимедиа, их влияние на развитие выразительных средств музыкальных видеоклипов” рассматриваются оригинальные попытки сопоставления звука и изображения для получения аудиовизуального художественного образа.

Параллельно с развитием кинематографа и его поисками синтеза звука и изображения шли эксперименты соединения музыки и визуального ряда в рамках концертного исполнения музыкального произведения. “Световая симфония” - определение, закрепившееся за замыслом композитора А.Н. Скрябина, который для себя определил некую систему “цветного слуха”: квинтовый круг тональностей он связывал со спектральным кругом цветов.

В партитуру симфонии А.Н. Скрябина “Прометей” впервые в мировой музыкальной практике самим композитором была введена специальная строка “Luce” (свет), записанная обычными нотами для светового клавира. “Прометей” со световым сопровождением неоднократно исполнялся как в нашей стране, так и за рубежом.

Вслед за поисками “визуализации” музыки, основанной на ассоциациях и физическом сходстве звука и света (колебания, частота, природные ритмы и т.д.), возникают эксперименты и на киноэкране. Появляются попытки при помощи абстрактных форм, линий, цветовых пятен и их движений передать развитие звуковых структур.

Компьютерная технология предложила новые возможности для создания аудиовизуальных произведений. Были разработаны специальные программы, предлагающие подбор зрительных образов к аудиопродукции. Компьютерная анимация, дающая возможность создания виртуальной реальности, “разорвала” единство временного и пространственного континуума. В этом был прорыв, который изменил во многом впоследствии и эстетику видеоклипов.

В пятом параграфе “Эстетика музыкального телевидения” (на примере отечественного телевидения) выделяются моменты развития отечественного музыкального телевидения, повлиявшие на формирование музыкального видеоклипа как новой формы аудиовизуального произведения.

Появление песни на телевизионном экране сопровождалось определенной статичностью экрана. Лишь смена крупности планов создавала определенный темпоритм и расставляла эмоциональные акценты, дающие возможность для более тонкого восприятия песни. Постепенно на экране появились тематические студийные декорации и элементы хореографии, которые могли служить фоном, создающим определенную атмосферу. Так, например, было в любимых телевизионной аудиторией “Голубых огоньках”.

С развитием техники, появлением видеозаписи и многокамерного метода съемки, усовершенствованием ручной видеокамеры, расширением оптических возможностей объективов и операторской вспомогательной техники (рельсы, краны, тросы), а также с приходом на телевидение цвета появились новые творческие возможности воплощения драматургических задач.

Все чаще при создании музыкального номера стали использовать элементы “экранизации”, которые раскрывали через изобразительно-монтажный ряд сюжет песни. Во время музыкальной композиции

разыгрывалось, инсценировалось действие, помогающее раскрыть общий музыкально-художественный образ. Особенно ярко театрализация песни, ее инсценирование происходило в телевизионной программе “Бенефис”, где каждый номер представлял собой маленькое музыкально-театрализованное представление.

Когда телевидение получило техническую возможность съемки на передвижной телевизионной станции (ПТС), появился еще больший простор для реализации творческих задач. Natura для съемок программ выбиралась самая разнообразная – парки, улицы, берег моря и т.д. Постепенно музыкальные номера – как отдельные фрагменты, имеющие смысловую целостность, так и самостоятельные произведения, снятые специально для показа по телевидению, – обрели современную форму музыкального видеоклипа.

В 1 главе анализируется развитие музыкального искусства в синтезе с другими видами искусств – от синкретического до экранного (кино и телевидение). Результатом исследования становится вывод о том, что в уже сложившейся исторически многожанровой структуре экранного искусства постепенно рождался новый вид аудиовизуального произведения – музыкальный видеоклип.

Во второй главе “Музыкальные видеоклипы на современном этапе, их эстетические особенности и образное построение”, состоящей из 6 параграфов, рассматриваются особенности музыкальных видеоклипов как отдельной формы аудиовизуального произведения, их образное построение, функциональное разнообразие, проводится типология, исследуется место и роль музыкальных видеоклипов в системе современных СМК, их влияние на отечественную культуру.

В первом параграфе “Видеоклип: происхождение термина” рассмотрены исторические аспекты происхождения термина “видеоклип”, появление видеоклипа в СМК и культуре в целом.

Еще С. Эйзенштейн в своих первых фильмах экспериментировал с монтажом, “отрубая” согласно своему замыслу монтажные кадры. Широкого применения в то время визуальный коллаж не получил. Человечество должно было привыкнуть к экрану, научиться считывать с него информацию. Необходимость в нем пришла намного позже, с повышением социального и культурного уровня общества, с ростом потребностей этого общества как в информации, так и в духовных и материальных благах.

Летом 1939 года в телевидении США появилась экспериментальная реклама, соответственно началась и работа по решению творческих задач, связанных с ее производством. Обычный рекламный ролик, имея небольшую форму, поскольку был предназначен для многократного показа с соответствующими материальными затратами на прокат, должен был быть насыщен большим количеством информации. Необходимость сжимать время просмотра посредством фрагментарного изображения, визуального коллажа повлекла за собой появление клипового монтажа (от англ. to clip – отсекать, обрезать). Эффектно выдать поток информации, одновременно отсекая от него все лишнее, что могло бы отвлечь внимание зрителя или рассредоточить его, – такая задача решалась применением именно клиповой, фрагментарной подачи материала, а форма произведения постепенно получила название “clip” – клип.

Еще в начале 70-х годов прошлого века клубы Англии и Америки, в частности Нью-Йорка, не только использовали в своей работе живые выступления рок-групп, но и демонстрировали видеосъемки музыкальных концертов. Продюсеры увидели в музыкальном видео возможность рекламировать своих артистов, а соответственно - и продавать творчество как продукт с помощью “визуальной упаковки”.

Такая видеопродукция была похожа на рекламные ролики, в которых не требовалось создавать повествовательный мир. Вместо этого необходим был набор символов, поток образов, отражающих мир, создаваемый музыкой

исполнителя, мировоззрение, которое необходимо было продать.

Если на заре появления видеоклипа его отождествляли строго с рекламой, то со временем сам термин клип (“clip”) получил более широкое толкование и приобрел роль некоего обобщенного названия для обозначения небольшой экранной формы: ролика, фрагмента, кусочка.

В настоящее время видеоклип можно определить как **небольшую аудиовизуальную форму, имеющую целостность и общую завершенность информации, раскрытую, как правило, через художественные образы** (рекламные ролики, музыкальные и тематические видеоклипы, видеозаставки, анонсы и т.д.). Хотя клиповый монтаж и в настоящие дни присущ многим визуальным произведениям, как небольшим по объему, так и достаточно крупным (например, фильм Е. Кончаловского “Антикиллер”), он не является обязательным при организации видеоклипа, в частности музыкального.

Видеоклип, пришедший на отечественное телевидение вместе со своим названием как часть западной культуры, и шоу-индустрии в частности, в настоящее время в обиходе используется в основном для определения видеоматериала с музыкальной информационной основой. Для рекламного клипа в большинстве случаев применяется название “видеоролик”, однако термины “клип” и “ролик” применительно к обозначению формы часто отождествляются друг с другом.

**Во втором параграфе** “Музыка как основа музыкальных видеоклипов” рассматриваются музыкальные направления, повлиявшие на эстетику музыкальных видеоклипов.

Джаз в какой-то степени повлиял на эстетику телевизионного искусства как искусства трансляции. Импровизация во многом роднит джаз и телевизионные передачи того времени, когда еще не было возможности электронной записи: во время трансляции режиссер за пультом, эмоционально включенный в ритмический рисунок музыкального

произведения, переключался с камеры на камеру, визуализируя тот или иной инструмент или того или иного исполнителя, тем самым как бы расставлял акценты в музыкальном произведении.

В настоящее время с видеоклипами чаще всего ассоциируется музыкальное направление, получившее название "поп-музыка". Сам термин "поп-музыка" произошел от англ. pop-music – сокращенное popular music – популярная, общедоступная музыка, музыка массовых жанров. К популярной музыке первоначально (в 50-х – первой половине 60-х гг. прошлого века) относили известные и часто исполняемые произведения (в том числе народные, джазовые, симфонические и др.). Полюбившиеся мелодии звучали на радиостанциях, а для домашнего прослушивания можно было приобрести грампластинки.

Огромнейшая популярность британской группы "Битлз" подталкивала участников группы и их продюсеров к поиску новых вариантов творчества и "выхода" на аудиторию. В июле 1964 года состоялась премьера первого черно-белого фильма "Битлз" – "Вечер трудного дня" (режиссер Ричард Лестер), а в 1965 году был снят тем же режиссером уже цветной фильм группы под названием "На помощь!". Творчество группы "Битлз" оказало огромное влияние не только на развитие современных музыкальных направлений, но и на эстетику киноискусства и телевидения. Так, английский режиссер Ричард Лестер одним из первых использовал в своих фильмах элементы современного музыкального видеоклипа: предельно сконцентрированное действие, взвинченный темп, оригинальные спецэффекты.

Понятия "рок-музыка" и "поп-музыка" впоследствии разделились. Поп-музыкой стали называть развлекательную массовую музыку, предназначенную для слушателя с усредненным вкусом. Она превратилась в сложный комплекс музыкальных направлений и индустрии развлечений. Так, для популярнейшей во всем мире шведской группы "АББА" уже с

середины 1970-х годов начали снимать “экранное оформление” песен. Задача таких музыкальных фильмиков была проста – показать “звезд” публике, чтобы зритель увидел своими глазами исполнителей знаменитых шлягеров. Для некоторых песен составлялся сюжет, как правило, незатейливый, в большей степени иллюстративный, но все же помогающий зрителю окунуться в те события, о которых пели музыканты.

Направление “рок” возникло на стыке противоположных видов: примитивного трехаккордового рок-н-ролла и симфонической музыки, древних баллад и современного авангарда. Знаменитая английская группа “Куин” смело экспериментировала от хард-рока до диско. “Куин” одними из первых рок-музыкантов обратились к видеомызыке. Популярность музыкального видео группы началась с создания клипа на композицию “Богемская рапсодия” (1975 г.).

Музыканты “Куин” очень тщательно подходили к производству клипов на свои композиции. Для насыщения изобразительного ряда использовались как уже существующие приемы и выразительные средства экрана, так и создавались новые. Музыкальные клипы группы наполнялись красочными театральными действиями (“I Want To Break Free”, “It’s A Hard Life”), в них использовались новые варианты мультипликации и спецэффектов (“A King Of Magic”, “The invisible man”), необычная натура для съемок (например, движущийся поезд в клипе на композицию “Breakthru”).

Кроме творческих поисков синтеза музыки и изображения в середине 70-х годов прошлого века определенную роль в признании музыкального видеоклипа как особой формы аудиовизуального произведения, ставший самостоятельным продуктом массового потребления, сыграл выпуск на рынок фирмой JVS партии кассетных видеомagneтофонов формата VHS. Массовая культура, в том числе и молодежная, создала предпосылки для тиражирования популярной музыки сначала в виде виниловых пластинок,

аудиокассет, а позже (в сочетании с изобразительным рядом) – видеокассет. Это позволило выделить видеоклип из общего потока музыкальной экранной продукции.

**В третьем параграфе** “ Жанровые особенности, типология и функции музыкальных видеоклипов” рассматриваются особенности музыкального видеоклипа как отдельного вида экранного произведения, приведена внутренняя типология и обозначено функциональное разнообразие.

Музыкальный видеоклип как малая форма современного телевидения имеет свои характерные особенности, созвучные жанровым. Самая важная из них – это **авторское, художественное сопоставление изображения и звуковой основы, иными словами, продолжение или выражение музыкального образа в пластике экрана.** Не исключен также выбор музыкальной основы исходя из идеи какого-либо изобразительного материала, но все же база для организации визуального материала на экране определяется звуком.

Музыкальные клипы имеют свои разновидности. Они проявляются в выборе художественно-выразительных средств, технологии изготовления изображения, форме изложения содержания. На основе этого можно выделить целые группы, имеющие свои особенности.

Деление музыкальных клипов по технологии изготовления изображения (технические):

1. **Оригинальные** (естественные), где действительность отражена натурально, зафиксирована в процессе кино- или видеосъемки. (“Таю” – Валерия, “The Winner Takes It All” – “АББА” и т.п.).

2. **Анимационные**, которые делятся на **компьютерные**, где изображение создано с помощью компьютерной технологии, и **мультипликационные**, использующие технологии мультипликации (“Невеста”– Глюкоза, “Песенка про слесаря шестого разряда”–Сергея и т.д.).

4. **Смешанные**, где изображение является смешением предыдущих

(“Зайка моя” – Ф. Киркоров, “Black or White” – Майкл Джексон и т.п.).

Деление музыкальных клипов по изложению изобразительного материала:

1. **Документальные** (иллюстративные или концертные), где временное пространство естественно, документально, зачастую иллюстрирует процесс исполнения песни со сцены или документальные события (“Таю” – Валерия, “We Will Rock You” – “Куин” ит.п.).

2. **Сюжетные** (постановочные), где разворачивается сюжет или разыгрывается художественное действие (“Зимний сон”, “Весна” – Алсу, “Небо” – “Дискоoteca Авария”, “Remember The Time” – Майкл Джексон и т.п)

3. **Эклектико-коллажные**, где изображением предлагается набор визуальных символов и ассоциаций, которые, как правило, не объединены в логически завершенный сюжет или действие (“Перелетная птица” – К. Орбакайте).

4. **Смешанные**, где изображение является смешением предыдущих (“Все, что тебя касается” – “Звери”, “Bicycle Race” – “Куин” и т.д.).

Деление музыкальных клипов по образному визуальному воздействию:

1. **Фоновые** (видовые), где интерьер, окружение исполнителя является основой для раскрытия общего образа видеоклипа (“Я сошла с ума” – “Тату”, “Under Attack” – “АББА” т.д.).

2. **Хореографические**, где танцевальные композиции являются главными при раскрытии образа (“Танго втроем” – К. Орбакайте).

3. **Фильмовые**, где основу составляют кадры художественных фильмов, сериалов (“Бригада” – “TripleX”, “Давай за...”, – “Любэ”).

4. **Смешанные**, являющиеся смешением предыдущих (“Black Or White” – Майкл Джексон).

С точки зрения особенностей назначения музыкальных видеоклипов можно выделить несколько функций, которые они выполняют.

1. **Эстетическая функция** прежде всего выражается в эстетике

лучших образцов музыкального видеоклипа, где удачно создан общий звукозрительный художественный образ произведения.

2. **Рекреативная функция** обусловлена удовлетворением потребности человека в отдыхе и развлечении.

3. **Просветительская функция** проявляется в интересе человека к новым знаниям, к достижениям культуры и искусства.

4. **Релаксационная функция** обусловлена потребностью человека в расслаблении, в адекватном ограждении его от обыденности.

5. **Рекламно-пропагандистская функция** проявляется в рекламировании исполнителей песен, политических партий, неких событий и т.п., а также пропагандировании определенного образа жизни, культурных ценностей, гражданского долга и т.п.

6. **Интегративная функция** музыкальных видеоклипов созвучна аналогичной телевизионной функции и заключается в объединении общества.

**В четвертом параграфе** “Изобразительный ряд и режиссура видеоклипов” выделяются особенности изобразительного ряда музыкальных видеоклипов и рассматривается использование в них художественно-выразительных средств экрана.

Музыкальный видеоклип как целостное, отдельно взятое экранное произведение должен в первую очередь органично соединять в себе именно две основные, неотъемлемые части: изображение и звук. От их удачного, гармоничного сопоставления на протяжении всего заданного времени рождается единый художественный звукозрительный образ всего произведения. Важно дать максимум информации музыкального образа в обновленном зрительном эквиваленте для дальнейшего рождения единого целого.

Поскольку музыкальный видеоклип, как правило, изначально зависим от музыкального материала, музыка (звук) является отправной точкой для

создания и развития звукозрительного образа всего клипа. Какие чувства и мысли вызовет музыкальное произведение, какой образ сформирует, от этого будет зависеть и поиск художественно-изобразительных средств для воплощения этого образа на экране. Удачно найденный изобразительный эквивалент звуковому образу (сюжет, интерьер, цвет, монтаж, ассоциации и т.д.) обогащает его, создает гармонию изобразительно-звуковых композиций, что, несомненно, усиливает воздействие на зрителя.

В параграфе дан сравнительный анализ использования одних и тех же выразительных средств в разных музыкальных видеоклипах. На положительных и отрицательных примерах рассматривается построение аудиовизуальной структуры клипов, применение в них оригинальных решений.

При развитии музыкальных видеоклипов менялось и использование художественно-выразительных средств экрана, появлялись новые, как творческие, так и технические, которые впоследствии стали использоваться и при создании другой кино-, теле-, видеопродукции. В связи с этим изменилось и представление о выразительном языке музыкальных произведений массовой культуры.

Чрезмерное использование сложной компьютерной графики, создание трехмерного пространства, мира условностей, как правило, уводит зрителя от логики к эмоциям. Драматургия песни оттесняется абстрактным миром, при этом нередко могут смещаться общечеловеческие ценности, изменяться адекватное восприятие.

В пятом параграфе “Музыкальный видеоклип: искусство и бизнес” рассматривается воздействие коммерциализации на создание произведений искусства, в частности музыкальных видеоклипов.

Коммерциализация культуры и искусства как следствие влияния рыночных отношений на культурно-художественный процесс часто входит в конфликт с качеством создаваемых ценностей. Особенно это

прослеживается в шоу-бизнесе. Уже в самом названии такой культурной деятельности заложена основа – бизнес как извлечение прибыли. Заложниками этого являются не только зрители, но и сами творческие люди, работающие в этой сфере, часто очень одаренные, талантливые, но идущие наперекор своему таланту в угоду все той же банальной прибыли. В этом заключается главная проблема творчества по заказу – ограничение свободы творчества в попытке удовлетворить запросы клиента.

На сегодняшний день для быстрого продвижения исполнителя или его альбома на рынок применяется стандартная схема: на одну из песен снимается музыкальный видеоклип и распространяется по телевизионным каналам. Во-первых, это огромнейшая аудитория; во-вторых, бесплатно для телезрителей; в-третьих, как известно, “лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать”. После того как с помощью видеоклипа песня разрекламирована – попала “на слух” предполагаемого покупателя, устраиваются туры с концертами или распространяются через торговую сеть аудиоальбомы.

Производство видеоклипов, являющихся яркими образцами современного массового искусства, практически всегда происходит на заказ: это специфика, объясняемая зависимостью видеопродукции от аудиоматериала.

**В шестом параграфе** “Современные тенденции развития музыкального видеоклипа” рассматривается место музыкальных видеоклипов в системе современных СМК, а также влияние клипов на отечественную культуру.

В настоящее время можно выделить несколько основных каналов доставки музыкальных видеоклипов аудитории: широкая торговая сеть, Интернет и телевидение. Телевидению с его многомиллионной аудиторией отводится в этом процессе особое место. Если раньше в эфире телевизионных каналов клипы играли в основном лишь роль музыкальной

паузы между программами или сюжетами внутри одной программы, то сегодня они являются “главными действующими лицами” не только многочисленных передач, но и целых телевизионных каналов (МузТВ, MTV, MUSIC BOX и др.). Существуют разнообразные передачи – “хит-парады”, где клипы наравне с классическим определением места популярности в интерактивном режиме (всевозможные “десятки”, “двадцатки” и т.д.) группируются по различным тематическим признакам (“танцы”, “sexу”, “русские” и т.д.).

Очень часто видеоклипы создаются на музыку (песню), звучащую в художественном кинофильме или в сериале, чтобы поддерживать к ним интерес и после просмотра: песня “Давай за...” (фильм-сериал “Спецназ”), “Березы” (сериал “Участок”) и т.д. Образ события фильма или его героев, растиражированный с помощью многократного показа видеоклипа в эфире, постоянно напоминает о себе зрителям, искусственно не отпуская их память.

Существует и вариант отождествления музыкального видеоклипа с фильмом, не являющимся его основой (отечественный фильм “Бумер” и видеоклип “Черный бумер” (Сергея)). Звук и изображение видеоклипа созданы таким образом, чтобы не просто привлечь внимание аудитории, но и дать соответствующие ассоциации с фильмом, стоящим на пике моды. Так видеоклип, используя общественный резонанс на фильм, увеличил мощность его воздействия на зрителя, расширил временные рамки влияния.

Музыкальные видеоклипы не только являются неотъемлемой частью современного российского шоу-бизнеса, они также способствуют превращению в товар своей звуковой части. Полюбившиеся мелодии из клипов, а соответственно и из кинофильмов можно заказать (купить) и использовать в мобильных телефонах.

Видеоклипы с успехом используются в общественно-политической жизни нашей страны, участвуют в PR-акциях (для рекламы “Партии жизни” был снят видеоклип на соответствующую названию партии песню).

Часто музыкальные клипы пропагандируют определенный образ жизни, стиль, формируют определенное мнение и т.д. Музыкальный видеоклип на песню “Граница” (Л. Агутин и группа “Отпетые мошенники”) - яркий представитель формирования положительного образа отечественных Вооруженных Сил.

К сожалению, некоторые современные музыкальные видеоклипы можно охарактеризовать как “фоновые”. Посмотрев однажды, при последующих просмотрах зрителю, как правило, нет необходимости, не отрывая глаз, следить за их скучным изобразительным рядом. Однообразные движения танцующих и поющих в кадре настраивают на примитивное, ограниченное восприятие действительности. Широта восприятия мира сужается и не требует от зрителя ни разнообразия чувств, ни интеллекта. Такой подход имеет негативные последствия: он обедняет мир человека, “загоняет” в ограниченное пространство, оставляя за рамками многообразие действительности и всю полноту мироощущения.

Анализ современного состояния музыкальных видеоклипов, проведенный во 2 главе, позволил определить их особенности и место в современной системе экранных произведений, а также обозначить их внутреннюю структуру и выделить функциональное разнообразие.

При развитии видеоклипов менялось и использование художественно-выразительных средств экрана, появлялись новые, как творческие, так и технические решения, которые впоследствии стали использоваться и при создании другой кино-, теле-, видеопродукции. В связи с этим изменилось и представление о выразительном языке музыкальных произведений массовой культуры.

В **Заключении** подводятся итоги диссертационного исследования и формулируются основные выводы по работе.

Появление музыкальных клипов как особой формы аудиовизуального произведения имело свои исторические предпосылки.

Основываясь на уже сложившейся многожанровой структуре экранного искусства, а также исходя из происходящих в обществе социально-экономических изменений, постепенно вычленился новый вид экранного произведения – музыкальный видеоклип, впитывающий в себя все созданные до него достижения экрана.

Массовая культура, в том числе и молодежная, создала предпосылки для тиражирования популярной музыки сначала в виде виниловых пластинок, аудиокассет, а после, в сочетании с изобразительным рядом, – видеокассет и DVD, что выделило видеоклип из общего потока музыкальной экранной продукции.

Чрезмерное увлечение богатейшими возможностями, предоставляемыми сегодня техникой, провоцирует абстрагирование от реалий современности. Сублимация действительности в музыкальных видеоклипах с помощью компьютерных технологий нарушает адекватность человеческого восприятия, что влечет за собой негативные последствия, особенно для детской и подростковой психики.

Тематика и творческие замыслы, реализованные в современных видеоклипах, к сожалению, не всегда соответствуют представлениям о произведениях искусства как с точки зрения общечеловеческих ценностей, так и способов их реализации. Превращение музыкального видеоклипа в товар, в средство получения прибыли неизменно влечет за собой его обезличивание, трансформируя произведение искусства в конъюнктуру, в однодневный ширпотреб. Зависимость музыкальных видеоклипов от шоу-бизнеса, необходимость удовлетворять запросы клиентов приводят также к ограничению свободы творчества.

На сегодняшний день музыкальные видеоклипы являются неотъемлемой частью современного коммуникативного поля. Они имеют свои характерные особенности, функциональное разнообразие,

внутреннюю типологию. Такие видеоклипы серьезно влияют как на культуру в целом, так и на молодежную субкультуру в частности.

**Основные положения диссертации отражены в работах автора:**

1. Советкина Э.В. Музыкальный видеоклип на современном телевидении // Современные проблемы аудиовизуальных средств массовой коммуникации: Сборник статей аспирантов. – М.: ИПК, 2002. – Вып.10. 0,3 п.л.

2. Советкина Э.В. Видеоклип: искусство и бизнес // Современные проблемы аудиовизуальных средств массовой коммуникации: Сборник статей аспирантов. – М.: ИПК, 2003. – Вып. 12. 0,6 п.л.

3. Советкина Э.В. Музыкальный видеоклип: вчера, сегодня, завтра. – Йошкар-Ола: Изд-во “Периодика Марий Эл”, 2005. 4.73 п.л.

4. Советкина Э.В. Эстетика музыкальных видеоклипов. – М.: Триада Лтд, 2005. 5,5 п.л.

Подписано к печати 24 марта 2005 г.

Формат 60\*841/16. Объем 1 п.л. Тираж 100 экз.

Заказ №249      РИО ИПК

№ - 5 0 5 4

РНБ Русский фонд

2006-4

3477