

## МУЗЫКАЛЬНЫЙ КЛИП КАК ПРОДУКТ ЭВОЛЮЦИИ МЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: К ПРОБЛЕМЕ УТОЧНЕНИЯ ТЕРМИНА

П. В. Ушанов

*Владивостокский государственный университет*

Поступила в редакцию 23 сентября 2022 г.

**Аннотация:** в статье ставится проблема уточнения понятия «музыкальный клип». Автор отмечает, что сформулированное в начале 1990-х гг. определение ощутимо устарело, поскольку не учитывает значимых коммуникационных и эстетических характеристик данного феномена. Рассматривая музыкальный клип как продукт эволюции медийных технологий, автор предлагает опираться в исследовательских работах на следующую формулировку: «поликодовый видеоформат трансляции популярной музыки».

**Ключевые слова:** музыкальный клип, медийные технологии, популярная музыка, телевидение, поликодовый текст.

**Abstract:** the article raises the problem of clarifying the concept «music clip». The author notes that formulated in the early 1990-s. the definition is noticeably outdated, since it does not take into account the significant communication and aesthetic characteristics of this phenomenon. Considering a music video as a product of the evolution of media technologies, the author proposes to rely on the following formulation in research work: polycode video format for broadcasting popular music.

**Keywords:** music video, media technologies, popular music, television, polycode text.

Музыкальный клип как явление экранной культуры и медийный продукт привлекает внимание исследователей, прежде всего, своей ощутимой эстетической и семантической спецификой. Такое устремление «в глубину» явления отправляет на периферию два аспекта, которые, на наш взгляд, важны для понимания как раз эстетико-семантических характеристик музыкального клипа как продукта медийных технологий. Для нас важно осветить эти аспекты потому, что такой подход позволяет рассмотреть предмет статьи в куда более широком исследовательском контексте и дает нам возможность уточнить само понятие — музыкальный клип.

Решение этой задачи актуально потому, что оформившееся к середине 1990-х гг. определение музыкального клипа как **короткого кино- или видео произведения, составленного из художественной последовательности кадров, с целью сопроводить музыкальную композицию** ощутимо устарело. Это проявляется уже в том, что визуальной составляющей в нем отводится вторичная роль. Вероятно, это было в какой-то мере справедливо в 1970-х — 1980-х гг., но сегодня, когда визуализация как процесс тщательно изучена, когда накопился богатый эмпирический опыт, данное определение клипа практически лишилось научной опоры.

\* \* \*

Базовой основой музыкального клипа является музыкальная композиция, поэтому нам надо установить: каждое ли музыкальное направление (стиль) соответствует эстетико-семантическим параметрам музыкального клипа? При изучении данного вопроса мы обратились к диссертационному исследованию Е. М. Петрушанской «Инструментальная музыка на телевизионном экране: Эстетические проблемы адаптации», которое было представлено к защите еще в 1987 г. К этому времени не только зарубежное, но и советское телевидение накопило богатый опыт видеопроизводства, активно велись эксперименты по созданию музыкальных программ на основе видеомонтажа. Поэтому данная работа нам интересна тем, что в ее рамках осмысливается важный этап развития музыкальной культуры во второй половине XX в. — опыт ее внедрения в специфические рамки телевизионного пространства.

Наиболее значимыми для нас являются следующие выводы. Во-первых, автор зафиксировал, что результатом эстетической адаптации инструментальной музыки к существованию ее на телевизионном экране «призвана стать новая художественная система, способная «объяснить образ посредством образа» [1, 183]. В диссертации не используется термин «музыкальный клип», но ее автор пишет о необходимости этой новой на тот момент формы, которая обладает потенциалом раскрывать с помощью визуализации заложенные в музыке образы, идеи и смыслы.

Во-вторых, в работе осмысливается проблема, которую Т. Адорно еще на заре телевизионной эпохи (хотя о телевидении он практически не писал) обозначил как «регресс слушания» [2]: «В то время как повсеместно отмечается спад интереса аудитории к «серьезной» музыке за счет развлекательной, наркотически действующей звуковой продукции, роль музыкального телевидения представляется особенно важной» [1, 18]. «Нужно сказать, что все исследователи, затрагивающие тему «музыка и телевидение», единодушны: музыка, особенно симфоническая, представляется им явлением, наиболее трудно воплощаемым на телеэкране» [1, 19].

Если исходить из того, что под инструментальной музыкой в указанной работе подразумевалось само исполнение музыки, то мы видим, что к концу 1980-х гг. было зафиксировано:

1. Показ «серьезной» инструментальной музыки (к которой относится не только симфоническая, но и эстрадная) на телевидении не является важным фактором стимулирования ее популярности. Трансляция концерта, отдельного произведения, не в полной мере удовлетворяет любителей этой музыки, поскольку не создается эффект присутствия в концертном зале. Данная ситуация также не способствует и увеличению ядерной аудитории.

2. Даже в условиях концертного показа у телевизионной аудитории гораздо больший отклик вызывает показ «развлекательной музыки». К ней автор вполне логично относит поп- и рок-музыку. Разница в зрительских предпочтениях объясняется тем, что аудиторию интересует не процесс исполнения музыки, а само действие, которое строится на принципах шоу.

3. Показ инструментальной музыки на телевидении требует создания новой адаптированной к его условиям аудиовизуальной формы. Данная форма уже имела название — музыкальный клип.

Стоит отметить, что к концу 1980-х гг. четко обозначилась принципиальная разница в концертной деятельности «серьезной» и «развлекательной» музыки. Первая продолжала звучать в залах, в то время как вторая стала «стадионной», то есть ориентированной на такие площадки, где можно разместить принципиально большее, чем в залах, количество зрителей. Телевидение окончательно дифференцировало любителей музыки. Если исходить из идеи В. Соппака, который в самом начале телевизионной эры предлагал рассматривать телевидение не только как вид средства массовой информации, но в первую очередь как вид нового синтетического массового искусства [3], то оформление популярной музыки в форму клипа абсолютно логично. Именно популярная музыка как явление шоу-бизнеса требовало массовой аудитории, и телевизионный эфир с этим успешно справился.

Стоит подчеркнуть, что в рамках теории СМИ под «массовым» понимают «продаваемый», то есть —

коммерческий, информационный продукт, поэтому музыкальный клип мы предлагаем обязательно соотносить с таким явлением, как шоу-бизнес, который ориентирован не только на создание, но и на активное продвижение и продажу популярной музыки. Сегодня в сетевом пространстве можно найти ресурсы, где размещаются клипы на симфоническую, в том числе — классическую музыку. Однако наибольшим успехом у аудитории пользуются все-таки ее аранжировки, которые создаются по лекалам поп-культуры.

\* \* \*

Определившись с типом «музыкальной композиции» как основой музыкального клипа, нам необходимо разобраться с его формообразующими элементами. Отталкиваясь от приведенного в вводной части статьи определения, это — время («короткое кино- или видео произведение») и способ визуализации («художественная последовательность кадров»), то есть монтаж. Мы должны выяснить, во-первых, имеют ли смысл временные рамки. Во-вторых, является ли понятие «монтаж» полноценным формообразующим элементом музыкального клипа.

Хронометраж действительно используется при описании объектов экранной культуры в качестве жанрообразующего признака, но нам не известно ни одного примера, где он бы определял сам жанр. Даже в рамках кинематографа деление на «короткий» и «длинный» метр уже в границах продолжительности произведения в 45–60 минут становится очень условным. Справедливо это и для музыкального клипа. Например, клипы Майкла Джексона, которые сделали телеканал MTV во второй половине 1980-х гг. очень популярным у массовой аудитории, были весьма продолжительными: «Ловкий преступник» — 9 мин. 48 сек., «Триллер» — 13 мин. 42 сек. Продолжительные музыкальные клипы стали визитной карточкой исполнителя, и в этом же формате они создавались и в дальнейшем. Например, «Вспомни то время» — 9 мин. 16 сек., «Черный или белый» — 11 мин. 1 сек.

Данный пример не единственный. В декабре 2020 г. была опубликована новость о том, что музыкальный клип группы Twenty One Pilots попал в книгу рекордов Гиннеса как самый продолжительный в истории — 4264 часа, или 178 дней. Профессиональное сообщество до сих пор спорит, как относиться к видеоработе Майкла Джексона *Ghosts* продолжительностью 39 минут. Это короткометражный фильм или музыкальный клип? Есть точка зрения, что художественный фильм «Брат» (реж. А. Балабанов) на самом деле клип на целый альбом группы «Наутилус Помпилиус» «Крылья». С точки зрения хронометража такая постановка вопроса имеет смысл, поскольку из 100 минут фильма музыка и песни в производстве занимают около 70 минут.

В современной популярной музыке, с эпохи виниловых дисков, закрепился формат: 3–5 минут на одну песню. Соответственно, большая часть музыкальных клипов длится столько же. Однако приведенные выше примеры показывают, что исключений из этого формата слишком много, что не дает нам возможность выделить хронометраж в качестве сильного жанрообразующего признака.

Термин «монтаж» появился гораздо раньше кино и телепроизводства. В гуманитарных науках он широко используется при осмыслении не только объектов экранной культуры, но и, например, литературы [4, 64–88]. Ведь сам принцип — создание сложного произведения из разных элементов — характерен для культуры. Применительно к кино и телевидению под монтажом понимают:

1. Один из основных инструментов создания композиции (формы) произведения, способ формирования ее образной концепции.

2. Способ реализации авторской художественной идеи через демонстрацию взаимосвязей или конфликта образов.

Способ мышления.

Как видим, все обозначенные выше подходы к пониманию содержательной стороны монтажа применимы и для музыкального клипа, который:

- создается из разных элементов;
- транслирует систему образов, отражающие концепцию клипа;
- является продуктом специфического авторского мышления.

Применительно к музыкальным клипам исследователи и публицисты любят цитировать Вяч. Вс. Иванова: «Одна культурная эпоха отличается от другой степенью монтажности» [5, 120]. Авторы полагают, что именно музыкальные клипы как культурный и медийный феномен являются результатом высокой степени монтажности и, соответственно, характеризуют целую культурную эпоху. Мы эту точку зрения не разделяем и рассматриваем музыкальный клип в первую очередь как продукт развития медийных технологий в рамках совершенствования производства телевизионного продукта. Поэтому культурную эпоху, в рамках которой родился музыкальный клип, стоит называть не клиповой, а телевизионной.

В качестве аргумента рассмотрим монтажные приемы, которые применялись при создании клипа группы Queen «Богемская рапсодия». Мы эту работу выбрали по следующим причине: это самый популярный музыкальный клип доцифровой телевизионной эпохи (более миллиарда просмотров на платформе YouTube), который в целом аккумулирует наиболее распространенные приемы клипмейкерства 1970-х гг., то есть в период становления музыкального клипа как новой формы телевизионного показа. Кроме того, на основе этого произведения был задан вполне конкретный формат. Автор статьи в 1980-х гг. регу-

лярно сталкивался с клипами российских андеграундных групп, которые создавались под сильным влиянием упомянутого клипа.

Основу клипа «Богемская рапсодия» составляет запись концертного выступления группы, которая снималась одновременно тремя или четырьмя камерами. Монтаж явно велся в режиме реального времени. Планы на экране длятся от 6 до 10 секунд, активно используется «наезд» камеры на деталь. Когда солист начинает активно двигаться на сцене, то камера сопровождает его. Так же активно используются крупные планы. Основной монтажный прием при склейке планов — «проявление». В этой части клипа мы не видим никаких специфических монтажных приемов, которые бы выходили за рамки традиционного телевизионного показа.

За «концепцию», «художественность» и «авторский взгляд» в визуальной части клипа отвечает студийная запись, построенная на принципе светотени. Эти фрагменты представлены в клипе двумя продолжительными фрагментами (каждый около минуты) и восьмисекундным финалом. При монтаже студийной части использовался эффект, который явно входил в базовый пакет микшерского пульта, а для создания «эффекта сот» — линза-насадка на объектив камеры. Оба приема активно использовались в видеопроизводстве при создании художественных телевизионных программ в доцифровую эпоху телевизионного видеомонтажа.

Таким образом, мы хотим еще раз подчеркнуть: никаких особых монтажных приемов, по крайней мере при становлении клипа в 1970–1980-е гг. как формы музыкального продукта, не использовалось. То есть музыкальный клип по степени монтажности не являлся уникальным произведением и в целом соответствовал видеопродуктам того времени. Поэтому при формулировании определения «музыкальный клип» совершенно излишне использовать термины, связанные с хронометражем и монтажом, поскольку они являются неотъемлемой частью телевизионного производства.

\* \* \*

Настаивая на том, что музыкальный клип является продуктом телевизионной эпохи, мы должны дать характеристику телевидению как эстетико-коммуникационному феномену. Здесь нам помогут идеи М. Маклюэна, автора оригинальной концепции, которая объясняла социальное развитие господствующим способом коммуникаций. Одна из ключевых идей этого ученого прямо касается нашей темы. Она сформулирована в виде метафоры: *The Medium is the Message* (Средство сообщения и есть сообщение). [6]. Интерпретировать ее можно так: использование определенного информационного канала играет куда большую роль в коммуникационном акте, чем сама передаваемая информация. Форма сообщения пер-

вична, поскольку используемый информационный канал предполагает форматирование содержания под коммуникативную специфику медиа. Если вернуться к существующему определению музыкального клипа, то его цель обозначена четко — визуальная картинка должна «сопроводить музыкальную композицию». Как видим, это утверждение противоречит изложенной выше концепции, которая доказала свою состоятельность: для телевидения визуальная составляющая приоритетней аудиальной.

Выделяя эстетико-психологические свойства телевидения, М. Маклюэн особо подчеркивает такую характеристику, как «мозаичность», которая касается и изображения, и содержания. Мозаичность изображения требует от зрителя напряженной работы по структурной организации элементов телевизионной мозаики вне зависимости от содержания. Мозаичность содержания позволяет объединять на экране разные по своей направленности художественные объекты, используя при этом разные формы коммуникации.

Здесь надо особо подчеркнуть: мозаичность и монтажность не синонимы. Монтаж — это в первую очередь процесс создания произведения. Мозаичность — характеристика произведения. При его создании монтаж не всегда приводит к мозаичности, но в рамках телевизионного производства (а ныне — видеопроизводства) монтаж является средством реализации коммуникативного потенциала телевидения, который был на заре телевизионной эпохи интуитивно прочувствован, а впоследствии осмыслен и закреплен в термине «мозаичность».

В дискуссии о происхождении музыкального клипа нам представляется спорной точка зрения о решающем вкладе музыкальных фильмов (кинематографа), поскольку она базируется на формальном признаке — использовании совмещения вокала (аудио) с соответствующим визуальным рядом. Содержательно же музыкальный клип является законченным произведением, в рамках которого полностью раскрывается сюжет с целью максимально выгодно представить музыкальную композицию (песню). Музыкальный или музыкально-песенный фрагмент в художественном фильме является именно фрагментом, и он встроен в рамках режиссерского замысла в общую сюжетную канву кинопроизведения.

Развивая идею генетической связи музыкальных фильмов с клипом, мы неизбежно придем к абсурдной ситуации, поскольку «транзитом» через кинематограф мы окажемся на театральных подмостках, поскольку взаимосвязи и взаимовлияния кино и театра (в нашем случае — музыкальной кинокомедии от оперетты) хорошо разработаны и доказаны [7; 8]. В своих работах мы отмечали, что адаптация кино к телевизионному формату потребовала очень серьезных творческих решений как от режиссеров и кинопродюсеров, так и от руководителей художественного вещания [9]. Театр же на телевизионном экране

абсолютно штучный информационный продукт, как правило на узкотематических каналах, на что указывают исследователи современного театра [10]. Это подчеркивает, насколько трудна адаптация театрального языка к телевизионному пространству. Поэтому, развивая подход М. Маклюэна, мы склонны предположить, что телевидение в состоянии формировать новые жанры, которые бы в коммуникативном плане идеально подходили под телевизионный формат. Музыкальный клип — один из них.

\* \* \*

Для формулировки определения «музыкальный клип» нам осталось выделить эстетико-семантическую составляющую этого феномена. В этом направлении с начала 2000-х гг. была проделана большая исследовательская работа, которая оформлена в доклады, статьи, диссертации [11–14]. При наличии отдельных дискуссионных вопросов авторы сходятся в том, что по своему содержанию музыкальный клип относится к поликодовому тексту.

Здесь стоит отметить, что за рубежом научные работы по данному феномену стали активно публиковать с конца 1960-х гг., то есть — с наступлением телевизионной эры. К этим исследованиям с интересом отнеслись в СССР. Считается, что одними из тех, кто ввел термин «поликодовый текст» в оборот в нашей стране стали Г. В. Ейгер и В. Л. Юхт, опубликовавшие в 1974 г. свою работу «К построению типологии текстов», в которой сформулировали идею оппозиции текстов — монокодовых и поликодовых: «К поликодовым текстам в широком семиотическом смысле отнесены случаи сочетания естественного языкового кода с кодом иной семиотической системы (изображения, музыка и т.п.)» [15, 25].

По мнению исследователей, в рамках музыкального клипа как поликодового текста взаимодействуют следующие основные структурные элементы:

- иконический (визуальный),
- музыкальный;
- вербальный.

Такие выделяемые исследователями составляющие, как звук, цвет, шрифт, являются частными вариантами выделенных выше структурных элементов.

Перед тем как предложить свой вариант определения музыкальному клипу, нам надо выделить его целевую установку, поскольку именно она является сильным жанрообразующим признаком. Исходя из предложенного в рамках этой статьи подхода рассматривать музыкальный клип в качестве продукта эволюции медийных технологий, нам представляется, что на статус фундаментальной претендует его коммуникативная цель. А она, как это следует из аргументов данной статьи, проста и логична: представлять наиболее адекватную форму трансляции популярной музыки в аудиовизуальном пространстве. Соответственно, сам феномен «музыкальный

клип» мы предлагаем трактовать следующим образом: **полицодовый видеоформат трансляции популярной музыки**. Мы полагаем, что представленное определение не является окончательным и может быть уточнено, однако при сохранении определенных в рамках данной статьи параметров.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Петрушанская Е. М. Инструментальная музыка на телевизионном экране: Эстетические проблемы адаптации: дис. ... канд. искусствоведения / Е. М. Петрушанская — М., 1987.
2. Адорно Т. В. Избранное: Социология музыки / Т. В. Адорно. — М., 1999.
3. Саппак В. С. Телевидение и мы: монография / В. С. Саппак. — М., 2007.
4. Лотман Ю. Статьи по семиотике культуры и искусства / Ю. Лотман. — СПб., 2002.
5. Иванов В. В. Монтаж как принцип построения в культуре первой половины XX в. / В. В. Иванов // Монтаж. Литература, искусство, театр, кино. — М., 1988. — С. 119–149.
6. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн / перевод с английского В. Г. Николаева. — М., 2007.
7. Ростова Н. В. Немое кино и театр. Параллели и пересечения / Н. В. Ростова. — М., 2007.
8. Ростова Н. В. Проблема перевода театрально-го действия на язык кино / Н. В. Ростова // Вестник РГГУ. Философия, Социология, Искусствоведение. — 2010. — № 15. — С. 94–101.
9. Ушанов П. В. Телевидение как социально-культурное пространство: учебно-методическое пособие / П. В. Ушанов. — Владивосток, 2019.
10. Сагдуллаев К. К. Театр в концепции телевидения / К. К. Сагдуллаев // Театр, музыка, кино, живопись. — 2016. — № 4. — С. 128–133.
11. Шак Т. Ф. Видеоклип как разновидность медиатекста / Т. Ф. Шак // Кайгородовские чтения: материалы научн.-практической конф. Вып. 7, 8. — Краснодар, 2007–2008. — С. 230–23.
12. Шак Т. Ф. Музыка в структуре медиатекста: на материале художественного и анимационного кино: дис. ... д-ра искусствоведения / Т. Ф. Шак. — Краснодар, 2010.
13. Шарифуллин С. Б. Вербально-иконические тексты в современной музыкальной коммуникации: на материале видеоклипов: дис. ... канд. филол. наук / С. Б. Шарифуллин. — Красноярск, 2013.
14. Большакова Л. С. О содержании понятия «полицодовый текст» / Л. С. Большакова // Вестник Самарского государственного университета. — 2006. — № 4 (63). — С. 19–24.
15. Эйгер Г. В. К построению типологии текстов / Г. В. Эйгер, В. Л. Юхт // Лингвистика текста: материалы научной конференции при МГПИИЯ им. М. Тореза. Ч. I. — М., 1974. — С. 24–27.

*Владивостокский государственный университет.  
Ушанов П. В., доктор филологических наук, профессор  
Высшей школы кино и телевидения  
E-mail: ushanov08@mail.ru*

*Vladivostok State University.  
Ushanov P. V., Doctor of Philology, Professor of the Higher  
School of Film and Television  
E-mail: ushanov08@mail.ru*