М. С. Кучумова, Я. М. Парамонова

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

ВОЗДЕЙСТВИЕ НА СОЗНАНИЕ ЧЕЛОВЕКА ПОСРЕДСТВОМ КОММУНИКАЦИИ ЧЕРЕЗ МУЗЫКАЛЬНЫЕ КЛИПЫ

Музыкальные клипы – это специфический канал коммуникации, посредством которого транслируются определенные ценности и актуальные установки.

Помимо качественной и красивой «картинки» важен сюжет, вызывающий эмоции у зрителя. Нужно уметь завлечь и «общаться» с аудиторией, стимулируя обратную связь.

Трансляцию определенных установок посредством различных каналов коммуникации возможно расценить как один из инструментов пропаганды. Пропаганда – это навязывание ценностей и установок с целью формирования массового мнения и убеждения в них круга лиц относительно проблемы, существующей в контексте массовой коммуникации.

На примере современных музыкальных клипов мы смогли выделить несколько основных пропагандистских категорий.

Самый распространенный сюжет современного клипа – это времяпрепровождение в ночных клубах. Такие ролики сопровождаются пропагандой алкоголя, психотропных средств и сексуальных отношений. Сквозь призму таких клипов формируется стереотип поведения и места в обществе современных девушек, присваивается социальная роль мужчины.

Продолжение данной сюжетной направленности – явная сексуализация женщин. Сексуальность в клипах выходит на первый план вместо истинных чувств героев.

Следующая категория – визуализация насилия. Клипы демонстрируют в разнообразных формах проявления человеческой жестокости по отношению к другим, вплоть до убийства.

Классическая тематика – любовные взаимоотношения. В современных тенденциях тема любви выражается в негативной коннотации. Вышеупомянутые мотивы насилия и сексуальности интегрируются: тема больной и агрессивной любви все чаще поднимается в клипах.

Сквозь призму современных музыкальных видеороликов можно проследить продвижение в массы различного рода ценностей и установок. Однако стоит отметить, что сегодняшние клипы являются, скорее, отражением существующей реальности и своими коммуникационным сообщениями усиливают лишь эффект влияния на общество.