

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2024.142.101>

ФУНКЦИИ СТОРИТЕЛЛИНГА В МУЗЫКАЛЬНЫХ ВИДЕОКЛИПАХ

Научная статья

Арсентьева Г.Л.^{1*}, Ахмадиев А.В.²

¹ORCID : 0000-0002-0783-6674;

²ORCID : 0009-0008-5196-3575;

^{1,2}Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (leo2411[at]mail.ru)

Аннотация

В статье рассматриваются основные функции сторителлинга в музыкальных видеоклипах. Сторителлинг стал одним из ключевых методов передачи и обмена информацией, используемый в различных сферах жизни, в том числе, в медиаиндустрии. В статье исследуются коммуникативная, эмоционально-психологическая, эстетическая функции применения метода сторителлинга в музыкальных видеоклипах. Предполагается, что коммуникативная функция помогает передать посыл музыкального текста автора с помощью истории в видео, эмоционально-психологическая функция нацелена на эмоции зрителя, а эстетическая – на то, чтобы сделать музыкальную работу более привлекательной. Автор рассматривает идею повышения с помощью методов сторителлинга внимания, понимания и вовлеченности зрителей.

Ключевые слова: сторителлинг, музыкальные видеоклипы, функции сторителлинга.

STORYTELLING FUNCTIONS IN MUSIC VIDEOS

Research article

Arsenteva G.L.^{1*}, Akhmadiev A.V.²

¹ORCID : 0000-0002-0783-6674;

²ORCID : 0009-0008-5196-3575;

^{1,2}Kazan Federal University, Kazan, Russian Federation

* Corresponding author (leo2411[at]mail.ru)

Abstract

The article examines the main functions of storytelling in music videos. Storytelling has become one of the key methods of information transmission and exchange used in various spheres of life, including the media industry. The article explores the communicative, emotional-psychological, aesthetic functions of storytelling in music videos. It is suggested that the communicative function helps to convey the message of the author's musical text through the story in the video, the emotional-psychological function is aimed at the viewer's emotions, and the aesthetic function is intended to make the musical work more attractive. The author discusses the idea of increasing viewers' attention, understanding and engagement through storytelling techniques.

Keywords: storytelling, music videos, storytelling features.

Введение

Сторителлинг является неотъемлемой частью человеческой культуры. Он используется в различных сферах жизни, в том числе, в медиаиндустрии. Музыкальные видеоклипы, являясь синтезом музыки и визуального искусства, представляют собой благодатную почву для использования метода сторителлинга. Видеоклипы используются для продвижения музыкальных произведений, создания образа артиста и передачи смыслового содержания песни. В последние десятилетия наблюдается тенденция к усложнению и углублению повествования в музыкальных видеоклипах. Режиссеры все чаще используют приемы сторителлинга для создания более сложных и многогранных образов.

Целью данного научного исследования является анализ функций сторителлинга в музыкальных видеоклипах. Для достижения этой цели ставятся следующие задачи: выявить основные функции сторителлинга в музыкальных видеоклипах и определить влияние сторителлинга на восприятие музыкальных видеоклипов.

Тема сторителлинга в музыкальных видеоклипах является относительно новой в отечественной науке, однако существуют работы ряда зарубежных исследователей, к которым мы обратились для теоретизации некоторых понятий и которые заметно помогли в достижении поставленной цели.

Основные результаты

Понятие «сторителлинг» появилось в 90-е гг. XX века [3]. Однако, как отмечают Р. Олив, Х. Бидарра и Д.К. Араужо, методы сторителлинга, рассказывания истории используются уже с древнейших времен [15]. Есть несколько определений сторителлинга. Например, А.В. Свиридова пишет, что «сторителлинг – метод создания образов, эмоций и объяснение событий через взаимодействие между рассказчиком и аудиторией» [4]. Данное определение можно взять как основу для понимания сторителлинга, однако при определенных условиях и в разных формах рассказывания историй определение дополняется, конкретизируется. Как отмечает Кайла Мэтьюз, «видео-

сторителлинг – это маркетинговая тактика, которая использует естественный привлекательный формат видео, чтобы рассказать историю о бренде, компании или продукте» [14].

Кроме того, сегодня существует понятие «Цифровой сторителлинг», которое связано с развитием технологий и появлением новых инструментов для передачи информации. Цифровые инструменты стали доступны для каждого, и каждый может разместить свою информацию на просторах интернета и обмениваться информацией с большим количеством людей [2]. Соучредитель Центра цифрового сторителлинга (CDS) Джо Ламбер определяет понятие «цифровой сторителлинг» как «практику использования инструментов для рассказывания истории» или «искусство рассказывания истории с различными мультимедийными средствами, включая графику, аудио, видео и веб-публикации» [10].

Сегодня площадки для размещения аудиовизуального контента пользуются особой популярностью. К контенту этих площадок можно отнести и музыкальные видеоклипы. Если в кино, как предлагает Брюсе Блок, можно структурировать и выделить три составляющие сторителлинга: экспозицию (изложение фактов, необходимых для развития сюжета), конфликт (кульминацию), развязку (финал) [6], то в музыкальных видеоклипах слои структуры сторителлинга несколько изменены. Причин может быть несколько – длительность трека, необходимость размещения рекламы, конкретизация и акцент на образе музыканта и др. Мэтью Эрик Феррандино в своей работе «Нарратология музыкального видео» рассматривает музыкальное видео как мультимедийный продукт, в основе которого лежат музыка и визуальная составляющая. Язык видеоклипа обычно быстрый, активный, основан на медленных или быстрых ритмических аранжировках [13]. С помощью сторителлинга автор клипа может создать более яркую и запоминающуюся визуальную историю, которая будет вызывать у зрителя определенные эмоции и ассоциации. Кроме того, сторителлинг может помочь зрителю лучше понять смысл песни, дополнить его новыми идеями или же наоборот придать ему другой смысл. Джоанна Уилсон утверждает, что благодаря сюжету, персонажам, образам, которые создают четкую картинку для зрителя, сторителлинг в музыкальных видеоклипах оказывает влияние на их восприятие: увеличивает внимание и вовлеченность зрителей, помогает зрителю сосредоточиться на видеоклипе и лучше понять его содержание, улучшает восприятие музыки [12].

Можно выделить несколько основных функций сторителлинга в музыкальных видеоклипах: коммуникативную, эмоциональную, эстетическую. Коммуникативная функция сторителлинга используется для передачи информации, идеи. В этом случае музыкальный клип выступает в качестве средства коммуникации между исполнителем и зрителем. С помощью сторителлинга музыкант совместно со съемочной группой может рассказать историю, которая будет интересна и понятна зрителю. Например, в клипе Джона Леннона «Imagine» герой-исполнитель из темного начала постепенно приходит к светлому концу. В клипе нет ничего лишнего, фон чистый. Режиссер клипа сделал акцент на исполнителе с целью передать из первых уст посыл, содержащийся в тексте музыки. Также в клипе есть второй герой – девушка азиатской внешности в белом платье с ободком на голове. Можно предположить, что её образ – символ чистоты и мира. То есть в данном случае, элементами сторителлинга являются визуальная составляющая, эмоции, игра исполнителя, девушка на фоне, которые помогают усилить посыл, понять идею, заложенную в песню. В 2004 году Мэрилин Г. Болц в своей работе приводит лабораторные исследования о влиянии музыки на восприятие истории фильма [7], [8], а в 2009 году в своем новом исследовании Болц приводит новое исследование о том, как визуальное содержание клипа может исказить восприятие музыки [4]. Исходя из этого, можно сказать, что визуальная часть клипа, содержащая сторителлинг, может как способствовать коммуникации, усилить посыл музыки, так и оттолкнуть зрителя от заложенного музыкантом смысла.

Также стоит упомянуть исследование 2022 года: в опросе Джоанны Н. Дасович-Уилсон, Марка Томпсона и Суви Саарикаллио 58,8% случаев опрошенных ответили, что больше погружаются в историю песни, когда смотрят видео [9]. Данный опрос также подтверждает, что между автором и зрителем осуществляется обмен информацией, смыслами, идеями, то есть выполняется коммуникативная функция. Здесь в качестве примера можно привести альбом Бейонсе «Lemonade». Каждая работа (трек) исполнителя – часть истории про женщину, проходящую путь через измену и примирение. В начале видеоклипов Бейонсе рассказывает историю, и только во второй части видео начинаются сами треки. Такой сторителлинг помогает Бейонсе раскрыть смысл треков: без сторителлинга через видеоклипы это было бы невозможно, как утверждает Джесмин Уорд [11].

Эмоционально-психологическая функция сторителлинга вызывает у зрителя эмоции, помогает ему погрузиться в атмосферу видеоклипа. С помощью сторителлинга, автор клипа может создать у зрителя определенный эмоциональный настрой, который будет усиливать воздействие музыки. Исполнитель может погрузить зрителя в атмосферу любви, грусти, радости, страха или гнева [1]. Джоанна Н. Дасович-Уилсон, Марк Томпсон и Суви Саарикаллио в своей исследовательской работе привели опрос, в результате которого выяснилось, что опрошенные в 47% случаях смотрят видеоклипы с целью восполнить свои эмоциональные потребности, регулирования, поддержания, усиления какого-либо психологического состояний, снятия скуки, грусти [5]. Данное исследование подтверждает роль эмоциональной составляющей сторителлинга в музыкальных клипах. Например, в видеоклипе на песню «Black Hole Sun» группы Soundgarden рассказывается о человеке, который чувствует себя потерянным и изолированным от мира. Ему трудно создавать свою собственную жизнь и свою свободу. В клипе представлен мир, утонувший в грехах. На видео изображен пригородный район и его тщеславные жители с комично преувеличенными улыбками, макияжем, языками, глазами и многим другим. Затем, когда группа исполняет песню в открытом поле, их поглощает солнце «черной дыры». Эта история вызывает у зрителя чувство одиночества и тревоги, а солнце с черной дырой дает зрителю надежду и страх, так как злодеи поглощаются солнцем. При этом образы персонажей вызывают страх у зрителей тоже [16]. Видеоклип на песню «Smells Like Teen Spirit» группы Nirvana рассказывает о разочаровании и несогласии с существующим обществом. Эта история вызывает у зрителя чувство протеста и бунта.

Что касается эстетической функции, то сторителлинг делает музыкальный клип более привлекательным, интересным для восприятия. С помощью сторителлинга автор клипа может создать оригинальную и запоминающуюся

визуальную историю, которая будет вызывать у зрителя интерес и любопытство. Например, в видеоклипе на песню «Thriller» Майкла Джексона рассказывается история о вампирах. Сторителлинг строится на интересных героях с ярко выраженными костюмами. Эта история является зрелищной и захватывающей, что делает видеоклип одним из самых популярных в истории.

Заключение

Таким образом, применение метода сторителлинга является важным этапом в работе над музыкальными видеоклипами. Он способен оказать значительное влияние на восприятие музыкальных видеоклипов, делая их более привлекательными, интересными и запоминающимися. Также сторителлинг выполняет ряд функций: коммуникативную, помогающую передать посыл музыкального текста автора с помощью истории в видео, эмоционально-психологическую, нацеленную на эмоции зрителя, и эстетическую функцию, в рамках которой история и визуальная составляющая делают музыкальную работу более привлекательной.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Арендачук И.В. Динамика ценностно-смысловых характеристик социальной активности современной молодежи / И.В. Арендачук // Вестник Российского университета дружбы народов. — Т. 15. — №3. — 2018. — С. 287-307. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-tsennostno-smyslovyh-harakteristik-sotsialnoy-aktivnosti-sovremennoy-molodezhi> (дата обращения: 17.03.2024). — DOI: 10.22363/2313-1683-2018-15-3-287-307
2. Итинсон К.С. WEB 1.0, WEB 2.0, WEB 3.0: Этапы развития веб-технологий и их влияние на образование / К.С. Итинсон // Карельский научный журнал. — №. 1(30). — С. 19-21. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/web-1-0-web-2-0-web-3-0-etapy-razvitiya-veb-tehnologiy-i-ih-vliyanie-na-obrazovanie> (дата обращения: 17.03.2024).
3. Комиссарова Л.М. Сторителлинг как коммуникационная технология / Л.М. Комиссарова, А.С. Васильева, Е.Е. Горбань // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. — №17. — 2017. — С. 96-104. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-kommunikatsionnaya-tehnologiya> (дата обращения: 17.03.2024).
4. Свиридова А.В. Синтез технологии мультипликации и цифрового фото для создания мультимедийного продукта в рамках технологии сторителлинга / А.В. Свиридова, С.К. Ткалич // Символ науки. — №.11(3). — 2016. — С. 222-225. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sintez-tehnologii-multiplikatsii-i-tsifrovogo-foto-dlya-sozdaniya-multimedijnogo-produkta-v-ramkah-tehnologii-storitellinga> (дата обращения: 17.03.2024).
5. Baltazar M. Toward a better understanding and conceptualization of affect self-regulation through music: A critical, integrative literature review / M. Baltazar, S. Saarikallio // Psychology of Music. — № 44(6). — 2016. — URL: https://www.researchgate.net/publication/307946161_Toward_a_better_understanding_and_conceptualization_of_affect_self-regulation_through_music_A_critical_integrative_literature_review (дата обращения: 06.03.2024). — DOI: 10.1177/0305735616663313
6. Block B. A narrativa visual: criando a estrutura visual para o cinema, TV e mídias digitais / B. Block. — М., 2010. — 233 p. — URL: https://www.researchgate.net/publication/322156059_Video_and_storytelling_in_a_digital_world_Interactions_and_narratives_in_videoclips (acedido: 17.03.2024).
7. Boltz M. The cognitive processing of film and musical soundtracks / M. Boltz // Memory & Cognition. — № 32(7). — 2004. — URL: https://www.researchgate.net/publication/7921961_The_cognitive_processing_of_film_and_musical_soundtracks (accessed: 06.03.2024). — DOI:10.3758/BF03196892
8. Boltz M. Audiovisual interactions: The impact of visual information on music perception and memory. Music Perception and Memory / M. Boltz, B. Ebendorf, B. Field // Music Perception: An Interdisciplinary Journal. — № 27(1). — 2009. — P. 43-59. — URL: https://scholarship.haverford.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1031&context=psychology_facpubs (accessed: 06.03.2024). — DOI: 10.1525/mp.2009.27.1.43
9. Dasovich-Wilson J.N. Exploring Music Video Experiences and Their Influence on Music Perception / J.N. Dasovich-Wilson, M. Thompson, S. Saarikallio // Music & Science. — №5. — 2022. — URL: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/82829/wilsonym1908.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (accessed: 06.03.2024). — DOI: 10.1177/20592043221117651
10. Dogan B. What is Digital Storytelling? / B. Dogan // Educational uses of digital storytelling. — URL: <http://digitalstorytelling.coe.uh.edu/page.cfm?id=27&cid=27&sublinkid=29> (accessed: 07.03.2024).
11. Jesmyn W. Rewriting Your Life: Beyoncé's 'LEMONADE' and the Art of Storytelling / W. Jesmyn // Coplex. — 2016. — URL: <https://www.complex.com/music/a/jesmyn-ward/beyonce-lemonade-storytelling-jesmyn-ward> (accessed: 07.03.2024).

12. Johanna N.W. Young people's emotional engagement with music videos: an exploratory study / N.W. Johanna. — 2018. — URL: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/59359/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201808293953.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (accessed: 07.03.2024).
13. Matthew E.F. A Narratology of Music Video / E. F. Matthew // Proquest. — 2021. — 280 p. — URL: <https://www.proquest.com/dissertations-theses/narratology-music-video/docview/2518668728/se-2> (accessed: 06.03.2024).
14. Matthews K. How Video Storytelling Works and Why It's a Powerful Marketing Tool / K. Matthews // Video Marketing. — 2020. — URL: <https://www.outbrain.com/blog/video-storytelling/> (accessed: 06.03.2024).
15. Oliva R. Video and storytelling in a digital world: interactions and narratives in videoclips / R. Oliva, J. Bidarra, D. Araújo // Comunicação e Sociedade. — 2017. — № 32. — P. 459-476. — URL: https://www.researchgate.net/publication/322156059_Video_and_storytelling_in_a_digital_world_Interactions_and_narratives_in_videoclips (accessed: 06.03.2024). — DOI: 10.17231/comsoc.32(2017).2772
16. Uitti J. Behind the Meaning of the Song "Black Hole Sun" by Soundgarden / J. Uitti // American songwriter. — 2018. — URL: <https://americansongwriter.com/behind-the-meaning-of-black-hole-sun-soundgarden/> (accessed: 25.12.2023).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Arendachuk I.V. Dinamika cennostno-smyslovyh harakteristik social'noj aktivnosti sovremennoj molodezhi [Dynamics of value-semantic characteristics of social activity of modern youth] / I.V. Arendachuk // Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia]. — V. 15. — №3. — 2018. — P. 287-307. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-tsennostno-smyslovyh-harakteristik-sotsialnoy-aktivnosti-sovremennoy-molodezhi> (accessed: 17.03.2024). — DOI: 10.22363/2313-1683-2018-15-3-287-307 [in Russian]
2. Itinson K.S. WEB 1.0, WEB 2.0, WEB 3.0: Etapy razvitiya veb-tehnologij i ih vliyanie na obrazovanie [WEB 1.0, WEB 2.0, WEB 3.0: Stages of development of web technologies and their impact on education] / K.S. Itinson // Karelskij nauchnyj zhurnal [Karelian Scientific Journal]. — №. 1(30). — P. 19-21. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/web-1-0-web-2-0-web-3-0-etapy-razvitiya-veb-tehnologiy-i-ih-vliyanie-na-obrazovanie> (accessed: 17.03.2024) [in Russian].
3. Komissarova L.M. Storitelling kak kommunikacionnaya tehnologiya [Storytelling as a communication technology] / L.M. Komissarova, A.S. Vasil'eva, E.E. Gorban' // PR i reklama v izmenyayushchemsya mire: regional'nyj aspekt [PR and advertising in a changing world: the regional aspect]. — №17. — 2017. — P. 96-104. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-kommunikatsionnaya-tehnologiya> (accessed: 17.03.2024) [in Russian].
4. Sviridova A.V. Sintez tehnologii multiplikacii i cifrovogo foto dlya sozdaniya multimedijnogo produkta v ramkah tehnologii storitellinga [Synthesis of animation technology and digital photo to create a multimedia product within the framework of storitelling technology] / A.V. Sviridova, S.K. Tkalic // Simvol nauki [Symbol of Science]. — 2016. — №.11(3). — P. 222-225. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sintez-tehnologii-multiplikatsii-i-tsifrovogo-foto-dlya-sozdaniya-multimedijnogo-produkta-v-ramkah-tehnologii-storitellinga> (accessed: 17.03.2024) [in Russian].
5. Baltazar M. Toward a better understanding and conceptualization of affect self-regulation through music: A critical, integrative literature review / M. Baltazar, S. Saarikallio // Psychology of Music. — № 44(6). — 2016. — URL: https://www.researchgate.net/publication/307946161_Toward_a_better_understanding_and_conceptualization_of_affect_self-regulation_through_music_A_critical_integrative_literature_review (дата обращения: 06.03.2024). — DOI: 10.1177/0305735616663313
6. Block B. A narrativa visual: criando a estrutura visual para o cinema, TV e mídias digitais [Visual storytelling: creating the visual structure for film, TV and digital media] / B. Block. — M., 2010. — 233 p. — URL: https://www.researchgate.net/publication/322156059_Video_and_storytelling_in_a_digital_world_Interactions_and_narratives_in_videoclips (accessed: 17.03.2024). [in Portuguese]
7. Boltz M. The cognitive processing of film and musical soundtracks / M. Boltz // Memory & Cognition. — № 32(7). — 2004. — URL: https://www.researchgate.net/publication/7921961_The_cognitive_processing_of_film_and_musical_soundtracks (accessed: 06.03.2024). —DOI:10.3758/BF03196892
8. Boltz M. Audiovisual interactions: The impact of visual information on music perception and memory. Music Perception and Memory / M. Boltz, B. Ebendorf, B. Field // Music Perception: An Interdisciplinary Journal. — № 27(1). — 2009. — P. 43-59. — URL: https://scholarship.haverford.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1031&context=psychology_facpubs (accessed: 06.03.2024). — DOI: 10.1525/mp.2009.27.1.43
9. Dasovich-Wilson J.N. Exploring Music Video Experiences and Their Influence on Music Perception / J.N. Dasovich-Wilson, M. Thompson, S. Saarikallio // Music & Science. — №5. — 2022. — URL: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/82829/wilsonym1908.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (accessed: 06.03.2024). — DOI: 10.1177/20592043221117651
10. Dogan B. What is Digital Storytelling? / B. Dogan // Educational uses of digital storytelling. — URL: <http://digitalstorytelling.coe.uh.edu/page.cfm?id=27&cid=27&sublinkid=29> (accessed: 07.03.2024).
11. Jesmyn W. Rewriting Your Life: Beyoncé's 'LEMONADE' and the Art of Storytelling / W. Jesmyn // Coplex. — 2016. — URL: <https://www.complex.com/music/a/jesmyn-ward/beyonce-lemonade-storytelling-jesmyn-ward> (accessed: 07.03.2024).
12. Johanna N.W. Young people's emotional engagement with music videos: an exploratory study / N.W. Johanna. — 2018. — URL: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/59359/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201808293953.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (accessed: 07.03.2024).
13. Matthew E.F. A Narratology of Music Video / E. F. Matthew // Proquest. — 2021. — 280 p. — URL: <https://www.proquest.com/dissertations-theses/narratology-music-video/docview/2518668728/se-2> (accessed: 06.03.2024).

14. Matthews K. How Video Storytelling Works and Why It's a Powerful Marketing Tool / K. Matthews // Video Marketing. — 2020. — URL: <https://www.outbrain.com/blog/video-storytelling/> (accessed: 06.03.2024).
15. Oliva R. Video and storytelling in a digital world: interactions and narratives in videoclips / R. Oliva, J. Bidarra, D. Araújo // Comunicação e Sociedade. — 2017. — № 32. — P. 459-476. — URL: https://www.researchgate.net/publication/322156059_Video_and_storytelling_in_a_digital_world_Interactions_and_narratives_in_videoclips (accessed: 06.03.2024). — DOI: 10.17231/comsoc.32(2017).2772
16. Uitti J. Behind the Meaning of the Song “Black Hole Sun” by Soundgarden / J. Uitti // American songwriter. — 2018. — URL: <https://americansongwriter.com/behind-the-meaning-of-black-hole-sun-soundgarden/> (accessed: 25.12.2023).