Курінна Г.
Харківська державна академія культури

СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЦЕНАРІЮ СУЧАСНОГО МУЗИЧНОГО КЛІПУ

УДК [792.632:379.823] (073)

В статті розглядаються специфічні особливості музичних кліпів на телебаченні. Робиться спроба їх типології. Виокремлюються провідні риси, що мають значення для створення телевізійного сценарію. Аналізуються аудіо та зображальні рішення кліпів у контексті кліпу-атракціону – почергових, логічно не пов'язаних між собою драматургічних сцен та різноманітних трюків-атракціонів, що раніше було не властиве драматичному театру та телебаченню. Розглядаються історичні засади виникнення жанру та драматургічні етапи створення музичного кліпу. Зміст статті поєднує теоретичні положення та практичні завдання, що сприяють удосконаленню навичок створення сценарного твору. Ключові слова: сценарій, музичний кліп, телемистецтво, репертуар, сучасне мистецтво.

Куринная А.В. Специфические особенности сценария современного музыкального клипа. В статье рассматриваются специфические особенности музыкальных клипов на телевидении. Предпринимается попытка их типологии. Выделяются основные черты, которые имеют значение для создания телевизионного сценария. Анализируются аудио и изобразительные решения клипов в контексте клипа-атракциона – поочередных, логически не связанных между собой драматургических сцен и разнообразных трюков-атракционов, которое ранее не было свойственно драматическому театру и телевидению. Рассматриваются исторические предпосылки возникновения жанра и драматургические этапы создания музыкального клипа. Содержание статьи объединяет теоретические положения и практические задачи, которые оказывают содействие на усовершенствование навыков создания сценарного произведения. Ключевые слова: сценарий, музыкальный клип, телеискусство, репертуар, современное искусство.

Kurinnaya A.V. Specific feature of music video modern television. Background**.** In this article we investigated specific features of music video on modern television. There was an attempt to make the it typology. We also singled out the main features necessary for creating a television script. Objectives. The objectives of this study are to determine specific features of music video on modern television. Methods. In this article an art-scientifical analyze of this television script. Results**.** The results of the research support the idea that the content of the course combines theoretical concepts and practical exercises to help to raise the scenario creation skills. Conclusions**.** We conclude that special effects, graphics and multichannel audio technologies have definite way of development and growth before taking the forefront in the music video. Key words**:** script, music video, tolerate, repertoire, modern art.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з науковими чи практичними завданнями. Дослідження створене у контексті актуальних проблем сучасного екранного мистецтва, що розглядаються на кафедрі телерепортерської майстерності ХДАК згідно з наскрізною темою факультету «Екранні мистецтва і медіа-комунікації в контексті сучасної культури» та темою кафедри «Медіакомунікації в контексті сучасної культури».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пісенний кліп є одним з найпопулярніших жанрів на сучасному українському телебаченні, особливо серед молодіжної аудиторії глядачів, про що свідчать численні рейтинги та наявність каналів розважально-музичного спрямування. Виробництвом кліпів часто-густо займаються різноманітні продакшн-студії, тиражуючи цю продукцію з великою швидкістю та кількістю. Проте, кількість не завжди означає якість. Драматургічна складова кліпу часто втрачається саме на етапі розробки сценарію. Сценарій «на швидкоруч» перетворює кліп не на маленький витвір мистецтва, а на «рядок кадрів». Отже, виникає потреба у вивченні специфіки драматургічної структури музичного кліпу та наявності теоретичних робіт, які б змогли стати у нагоді вітчизняним кліпмейкерам. Однак, і з теоретичними розробками наразі постає проблемна ситуація. Адже, за нашими відомостями, сьогодні не існує жодного навчального посібника щодо створення сценарію музичних кліпів. Лише деякі аспекти цього питання знаходимо у роботах Л. Броді «Television Writing from the Inside Out: Your Channel to Success» [5], М. М. Поплавського «Менеджер шоу-бізнесу» [3] та Г. М. Фрумкіна «Сценарное мастерство: кино − телевидение – реклама» [4]. Отже, питання специфіки особливості сценарію музичного кліпу є доволі актуальним.

Мета статті – проаналізувати специфічні особливості музичних кліпів на телебаченні; зробити спробу їх типології. Виокремити основні риси, що мають значення для створення музичних кліпів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «музичний кліп» — від англ. clipping − дослівно перекладається «настриг», «нарізка». Тож, музичний кліп являє собою короткий кіно-

© Курінна Г., 2014

чи відеофрагмент, що супроводжує музичну композицію [2]. Як правило, існує в кіно- або відеоформаті, але бувають й анімаційні музичні кліпи, у процесі виробництва яких використовується анімація. Розрізняють постановочні, концертні та анімаційні кліпи. Кліпи відбивають стилістику музики, часто ілюструють пісню, іноді демонструють зовнішні дані артиста з найбільш виграшних ракурсів. Відеокліп може мати певну візуально-сюжетну лінію пісні, сценарій якої готується «кліпмейкером». Здебільшого відеокліпи знімаються для показу на телебаченні або в мережі інтернет. Також кадри з кліпів часто супроводжують виконання пісні на концертах. Відео- або кінокліп може бути фрагментом повнометражного фільму. Музичні кліпи – це один з найефективніших засобів просування нових дисків або навіть виконавців у сфері шоу-бізнесу.

Кліп-атракціон. Монтаж атракціонів був потрібен телебаченню. У 20-ті роки С. М. Ейзенштейн та його соратники винайшли так званий ексцентричний театр і монтаж атракціонів. Сценічна дія складалася з почергових, логічно не пов'язаних між собою драматургічних сцен та різноманітних трюків-атракціонів, що раніше було не властиве драматичному театру.

Логіка тут існувала лише як логіка монтажу – поєднання елементів вистави заради максимального впливу на глядача. Мета – оволодіння театральною аудиторією, оволодіння увагою глядачів. За цим принципом наразі будуються рекламні та музичні кліпи: у них гармонійно співіснують композиційні ефекти та можливості композиційного дизайну. Таким чином, атракціон може бути створений просто засобами монтажу [4]. Отже, завдання сценариста – вигадати «атракціонні» епізоди та їх органічне поєднання.

Історія виникнення музичних пісенних відеороликів та їх види. Думки про музику, яку можна «побачити», виникли давно. На екрані музика, незалежно від жанру, постає як видовище, а її дія основана не тільки на звуковій, але й на видовищній природі телебачення.

Музичні ролики традиційно називають «відеороликами», хоча зазвичай їх знімають на кіноплівку. Уперше вони з'явилися в 1980-х роках як засіб пожвавити музичну індустрію. Ідея візуально продемонструвати музиканта та пісню з'явилася набагато раніше. Уже тоді існувала традиція виконувати пісні в кіно та на телебаченні; мюзикли «штампувалися» у Голівуді з моменту появи звукового кіно й до 1960-х років. Багато з них базувалися на бродвейських виставах, що самі слугували засобом презентації музиканта та пісні. Такі музичні номери, як правило, майже не поєднувалися сюжетом.

Спочатку радіо, а потім і телебачення використовували формат розважального шоу, щоб продемонструвати пісні та виконавців.

У 1960-ті роки з'явилися музично-танцювальні шоу American Bandstand (1957–1989), Shindig, Hullabaloo (1964–1966), а в 70-ті — Soul Train, «Бітлз», «Біч Бойз», «Райтуз Бразерз», Чак Беррі, Сем Кук, Ніл Седака, «Еверлі Бразерз» – усі вони з'явилися на таких шоу, даючи глядачам можливість побачити, як їх улюблені артисти виконують свої хіти (хоча зазвичай це була фонограма).

Музичні документальні фільми на кшталт Don't Look Back, Monterey Pop мали великий вплив на молоду аудиторію, демонструючи живі виступи на концертах.

Музичне відео звільнило виконавців від контексту шоу та концерту, дало можливість кожній пісні та виконавцю зробити власну самодостатню презентацію. Раніше музичне відео мало наслідувати якийсь сюжет, що, деяким чином, був пов'язаний із текстом пісні. Але існує думка, що ніхто не очікує сюжету від відеокліпу. Більшість з них складаються із незв'язаних між собою зображень та послідовностей дій, які поєднують особистість виконавця, характерні візуальні ефекти та пісню. З точки зору звукозаписуючих компаній, їх головна мета – створити імідж групи, а не продати конкретну пісню.

З точки зору стилю, усе музичне відео в боргу перед першим фільмом «Бітлз» A Hard Day's Night (1968, режисер Річард Лестер).

Музичне відео було успішною школою та чудовою можливістю для режисерів-початківців кіно та відео отримати важливий досвід та створити повноцінну роботу.

Аудіо та зображальні рішення кліпів. Відеокліп – явище маскультури. Його не можна однозначно характеризувати як кіно- чи відеожанр, його жанрові контури розмиті. Сутність відеокліпу становить музика. «Звукова доріжка» є основою, на якій відбувається сюжет і композиція відеоряду, текст, вокальна і акторська майстерність виконавця. Прямої відповідності між текстом, змістовим навантаженням музики і зображеннями в кліпі не існує, хоча все разом у кліпі є особливим, вагомим знаком музики, що звучить.

У кліпі і поетичний, і музичний ряди суттєво переосмислюються і по-особливому акцентуються темпом зміни кадрів. Нових смислових акцентів надає і дискретний відеомалюнок (візуальний ряд). Використання в кліпі фантастичних персонажів, різноманітних костюмів і масок, несподіваних рухів і поз, особливих ефектів і саунда витісняє на периферію первісний зміст пісенного твору. Водночас кліп увиразнює приховані підтексти, надає образам і мотивам більш глибинних змісту і звучання, активізує карнавальні форми самовираження особистості.

Незаперечним на сьогодні є й той факт, що найпоширенішою темою звукових, інтонаційних, образних і відеометаморфоз є мотив внутрішнього, психологічного визначення героя.

Аналіз зображальних рішень кліпів багато в чому перегукується з основними напрямами постмодерну: насамперед, це тяжіння до перфомансу як найбільш масштабної декларації самого виконавця (інколи кліп може знехтувати крупними планами самого замовника). У деяких кліпах відчутні елементи хеппенінгу. Визначне місце займають асоціації з використанням предметів поп-арту, тобто якогось символічного ряду, що позначає культурний та часовий простір.

Також доволі популярне використання пейзажних планів — лендарт, що символізує певні цінності та внутрішні мотиви чи настрої. Менш помітні в історії світового музичного кліпу сліди бодіарту, найбільш точно заявленого у кліпі «Body language» групи «Квін».

І нарешті, у кліпові плани ілюстративно вписується інвайронмент або кольорова та просторова еклектика у формі хвилястих ліній та кольорових об'ємів [3].

За сюжетним наповненням можемо виокремити наступну типологію кліпів.

1. Сюжетні музичні кліпи. До цього типу належать кліпи, основу яких складає певна історія – сюжет, що розгортається за принципом кінодраматургії. Виконавець у таких кліпах здебільшого грає роль героя – головної дійової особи. Від сценариста такі кліпи потребують концентрації усіх знань щодо роботи з драматургічною конструкцією. При цьому історія має бути якомога лаконічнішою, що продиктовано природою жанру малих драматургічних форм.

2. Асоціативні музичні кліпи. До цього типу належать кліпи, що мають асоціативний (метафоричний) відеоряд. Як правило, ідея таких кліпів може бути продиктована сценаристові саме асоціативним наповненням тексту пісні.

3. Танцювальні музичні кліпи. До цього типу належать кліпи, що мають динамічні музичні композиції танцювального характеру. Драматургічна структура такого кліпу базується на хореографічній композиції, створеній спеціально для зйомок кліпу. При цьому за задумом сценариста може змінюватися фон та місце виконання (наприклад, танцпол клубу, пляж, вулиця, сценічний майданчик тощо). Зазвичай солістом хореографічної композиції є виконавець пісні.

4. Фонові музичні кліпи (виконавець на фоні). До цього типу належать кліпи, що базуються на художній операторській роботі. При цьому виконавець є немовби героєм картини, який позує уявному художнику, розкриваючи свою душу через пісню. Незвичайне освітлення, метафоричний фон (часто створений за допомогою графіки або незвичного декораційного рішення), цікавий образ виконавця, який створюється завдяки незвичайному макіяжу, зачісці та костюму, – усе це ознаки фонового музичного кліпу.

5. Концертні музичні кліпи. До цього типу належать кліпи, що створюються як фрагмент концерту виконавця. При цьому кліп стає неначе живою дією, він немовби відображає реакцію залу та непостановчі емоції виконавця під час виконання пісні.

6. Анімаційні музичні кліпи. До цього типу належать кліпи, що створюються засобами анімації. При цьому вони можуть бути як сюжетними, так і асоціативними.

7. Міксовані музичні кліпи. До цього типу належать кліпи, що поєднують сюжетні, асоціативні, танцювальні, фонові, а іноді й асоціативні рішення, залежно від загального задуму сценариста.

Можна з певністю твердити, що в Україні активно формується цілком оригінальна школа кліпмейкерства, як одна із складових українського шоу-бізнесу.

Етапи роботи над сценарієм музичного кліпу.

1. Формування задуму. На цьому етапі потрібно добре вивчити матеріал, що ляже в основу кліпу – пісню або інструментальну композицію. Якщо мова йде про пісню, то тут потрібно звернути особливу увагу на дві речі. По-перше, текст. Його треба зрозуміти, відчути, знайти авторську ідею. По-друге, музичний матеріал. Як і будь-який драматургічний текст, музика теж будується на законах композиції, і така особливість напрочуд поєднує її з драматургією.

Музичний «текст» потрібно поділити на елементи композиції. Наприклад, вступ є експозицією. Початок теми (перший куплет) та приспів – зав'язкою, другий куплет тощо – розвитком дії, програш, найбільш кульмінаційний момент мелодії, останній приспів – кульмінацією, фінальні акорди пісні – розв'язкою.

Після первинного драматургічного аналізу матеріалу слід поміркувати над тим, як буде презентований у сценарії виконавець, вислухати його побажання. І тільки після цього можна подумати про загальний варіант (варіанти) задуму кліпу. Який би тип кліпу ви не обрали (асоціативний або сюжетний), пам'ятайте просте правило: відеоряд має бути захоплюючим. Навіть якщо вимкнути звук, відеоряд повинен працювати на ідею пісні виконавця.

2. Робота над сценарним планом. На цьому етапі сценарист робить більш детальний драматургічний аналіз майбутнього сценарію.

3. Робота над творчою заявкою сценарію (сценарною заявкою). На цьому етапі необхідно викласти задум сценарію музичного кліпу.

4. Розробка чернетки сценарію – такий же важливий етап, як і майбутня конструкція. При цьому сценарій може мати такий вигляд у, наприклад, табличному варіанті.

Висновки. Музичний кліп являє собою короткий кіно- або відеофрагмент, що супроводжує музичну композицію. Термін «музичний кліп»

дослівно перекладається з англійської мови як «настриг», «нарізка».

За типами сценарні кліпи можуть бути сюжетні, асоціативні, танцювальні, фонові, концертні, анімаційні та фіксовані, що, у свою чергу пов'язано із залучення новітніх технологій у процес виробництва екранного відео.

При розробці сценарію найбільш клопітким етапом підготовки має бути етап формування задуму. На цьому етапі потрібно добре вивчити матеріал, що ляже в основу кліпу − пісню або інструментальну композицію, текст та музичну тему.

Дана проблематика становить значне поле для подальших розвідок у даному напрямку в контексті вивчення драматургії сучасного екранного мистецтва.

Рецензент статті:
Алфьорова З.І., доктор мистецтвознавства, професор, Харківська державна академія культури

Література:

1. *Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. П.К. Огурчикова, В.В. Падейского, В.И. Сидоренко. − М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. − 863 с. − (Серия «Медиаобразование»).*
2. *Музыкальные клипы [Электронный ресурс] / Режим доступа : http://relga.rulenviron.com — Заглавие с экрана. http://tribunacm.ru/materialyi-partnerov/muzyikalnyie-klipyi.htm*
3. *Поплавський М.М. Менеджер шоу-бізнесу: підручник / М. М. Поплавський. − К., 1999. − 560 с.*
4. *Фрумкин Г. М. Сценарное мастерство: кино − телевидение − реклама: учеб. пособ. / Г. М. Фрумкин. − Изд. 2-е. − М.: Академ. проект, 2007. − 224 с.*
5. *Brody L. Television Writing from the Inside Out: Your Channel to Success / L. Brody. − Applause Books. – 2003. – 350 p.*