

**«Особенности визуальной коммуникации в музыкальном телеэфире»**

**Научный руководитель – Шестерина Алла Михайловна**

***Атнашева Анжелика Руслановна***

*Студент (магистр)*

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

*E-mail: atnasheva1992@mail.ru*

Визуальная коммуникация в музыкальном телеэфире позволяет заинтересовать и удержать внимание телезрителя, сформировать у него определенные предпочтения, а также быстро и достоверно передать информацию.

Рассмотрим на примере телепередачи “Стоп! Снято” телеканала MTV, популярной в нулевых, особенности визуальной коммуникации, используемые в подготовке молодежных музыкальных выпусков.

В качестве главных героев телепередачи “Стоп! Снято” выступали каждый раз разные люди - режиссеры клипов, артисты, имиджмейкеры, звукорежиссеры. При этом, особенностью каждого выпуска является частая смена главных лиц в кадре. По сути, данная телепередача не имеет своего ведущего, рассказ ведется из уст действующих лиц. Данная особенность позволяет телезрителю всесторонне изучить процесс съемки музыкального клипа, вместе со съемочной группой посетить закулисы концертных залов, визуально оценить бекстейдж со съемочной площадки. Формат телепередачи, не имеющей своего телеведущего, необычен сам по себе, вызывает интерес.

Главные герои данной телепередачи используют психологический прием дружественного, непринужденного общения с телезрителем. Они могут шутить практически на любые темы, устанавливая тем самым тесный контакт со зрителями. Также главные герои телепередачи делятся подробностями личной жизни и вспоминают забавные жизненные ситуации, что повышает доверие и интерес со стороны телезрителей.

Одной из особенностей рассматриваемой в качестве примера телепередачи является отсутствие сюжетной линии. Телезритель всегда в напряжении и не понимает, что он увидит в дальнейшем. Место событий в кадре часто меняется, это может быть гримерка с интервью стилиста, а через минуту - съемки клипа в салоне самолета или бекстейдж с фотосъемки артиста. Еще через пару минут можно увидеть салон автомобиля, везущего съемочную группу и артиста на какое-нибудь важное мероприятие или на другую площадку для продолжения съемок музыкального клипа.

Видеоряд телепередачи интенсивно меняется, заставляет телезрителей быть в некотором напряжении. Используется прием скоростной съемки - то ускоренной, то замедленной. Телепередача время от времени использует спецэффекты. Можно увидеть динамично повторяющиеся кадры. В технике монтажа используются приемы резкой смены кадра, растворения, переворота, моргания, вытеснения и совмещения кадров. Таким образом, в телепередаче используются практически все возможные типы переходов кадров. Монтаж молодежной музыкальной телепередачи обеспечивает переходы кадров, которые выглядят эффектно для телезрителя, привлекают внимание. В среднем, за одну минуту эфирного времени в телепередаче “Стоп! Снято” используется около десяти эффектных переходов кадров. Съемочная группа как будто стремится подтвердить свой профессионализм и повысить свой авторитет в глазах телезрителей, используя разные приемы монтажа.

Используется прием “кадр в кадре”. Телезритель смотрит на экран телевизора и видит профессиональные видеокамеры с отснятыми для музыкального клипа эпизодами, имеет возможность представить, как будет выглядеть окончательный вариант снятого клипа.

В телепередаче “Стоп! Снято” используется динамичная музыка, которая способствует поддержанию внимания телезрителей. Аудиоряд так же часто меняется, как видеоряд.

В некоторых выпусках телепередачи “Стоп! Снято” можно видеть выступления артистов, поющих без фонограммы или “под плюс” - поверх фонограммы живым голосом. Это тоже способствует привлечению внимания со стороны телезрителей как к личности артиста, так и к телепередаче, дающей возможность увидеть интересные для публики моменты.

Используется профессиональный сленг, принятый в среде звукорежиссеров и медийных личностей, позитивная подача информации.

Визуальная коммуникация - это способ общения между людьми, который осуществляется с помощью зрительно воспринимаемых образов, что широко используется в сфере рекламы. [2] Визуальные объекты разделяют на те, в которых на первом месте функциональность, и такие, которые отдают предпочтение красоте и эстетике. [1] Сферу шоу-бизнеса и область молодежных музыкальных телепередач невозможно представить без стилистов-имиджмейкеров и рекламы.

В выпусках телепередачи “Стоп! Снято” можно заметить скрытую рекламу. Статусные автомобили, брендовые вещи, бытовая техника известных фирм-изготовителей. Данная особенность визуальной коммуникации ненавязчиво влияет на выбор телезрителей при покупке нужного им товара. С одной стороны, вещи крайне редко попадают в кадр данной телепередачи, с другой - формируют образ артиста и общее впечатление телезрителей о снимаемом музыкальном клипе.

Телепередача “Стоп! Снято” была очень ограничена в эфирном времени, на каждый выпуск уходило около половины часа. За этот небольшой промежуток времени съемочной команде было необходимо максимально показать телезрителям все возможные стороны процесса съемки музыкальных клипов, заинтриговать телезрителей неожиданными моментами и интересными фактами. Именно поэтому использовались все возможные средства привлечения внимания телезрителей к данной телепередаче. Считаю, что визуальная коммуникация в выпусках телепередачи “Стоп! Снято” вышла на новый прогрессивный уровень: отсутствие телеведущего, несчетное количество приемов и техник монтажа, повышенное доверие и интерес телезрителей, живая музыка, скрытая реклама. Все эти особенности позволили сделать популярной телепередачу, в которой нет определенной сюжетной линии и на которую отведено мало эфирного времени.

### Источники и литература

- 1) Аронов В. Р. Современная теория дизайна // Проблемы дизайна / Российская академия художеств. Научно-исследовательский институт теории и истории изобразительных искусств. - 2009. - № 5. - 318 с.
- 2) Курушин В. Д. Дизайн и реклама. – М. : ДМК Пресс, 2006.