

УДК 316.7.08

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2024-4-24>**Генадій ПУГАЧОВ***аспірант, Київський національний університет культури і мистецтв, вул. Є. Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01601***ORCID:** 0009-0003-1182-366X

**Бібліографічний опис статті:** Пугачов, Г. (2024). Музичний відеокліп як явище аудіовізуальної культури в логіці наукового дослідження. *Fine Art and Culture Studies*, 4, 173–179, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2024-4-24>

## МУЗИЧНИЙ ВІДЕОКЛІП ЯК ЯВИЩЕ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ В ЛОГІЦІ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

**Мета статті** – дослідити теоретико-методологічні основи та концептуальне підґрунтя музичного відеокліпу як одного з найбільш популярних жанрів аудіовізуальної культури кінця XX – перших десятиліть XXI ст., а також виявити перспективні підходи до культурологічного аналізу означеного феномену на сучасному етапі. **Методологія.** Застосовано метод аналітичного аналізу, що посприяв опрацюванню наукової літератури; метод системного аналізу застосовано для розгляду музичного відеокліпу як частини цілісної системи (аудіовізуальної культури); метод типологічного аналізу з метою виявлення особливостей наукових підходів до дослідження музичного відеокліпу як феномену сучасної аудіовізуальної культури; метод теоретичного узагальнення. **Наукова новизна.** Розглянуто теоретико-методологічні основи та концептуальне підґрунтя музичного відеокліпу як одного з найбільш популярних жанрів аудіовізуальної культури проаналізовано основні напрями дослідження музичного відеокліпу, сформовані в закордонній академічній літературі кінця XX – початку XXI ст.; введено до наукового обігу маловідомі англомовні праці; виявлено зв'язок між культурними теоріями та розвитком музичних відеокліпів у контексті специфіки сучасного суспільства. **Висновки.** Протягом останніх тридцяти років в закордонній науковій літературі сформувалися кілька підходів до дослідження проблематики музичних відеокліпів: дослідження в контексті постмодернізму та його впливу на практики споживання культури, дослідження гендерного аспекту музичних кліпів, соціологічні дослідження, семантика і музикологія, семіотика та ін.

Специфіка музичного відеокліпу на сучасному етапі розвитку цифрового суспільства передбачає напрацювання підходів до наукового аналізу, що відповідають багатоаспектності аспектів його виробництва, популяризації та рецепції. Зокрема аналіз музичних відеокліпів має відбуватися з урахуванням контексту їх створення та споживання, що посприяє дослідженню ролі музичного відеокліпу у певний історико-культурний період, осмисленню сенсу музики та візуальної концепції як кожного конкретного артиста/гурту, так і жанру. Не ізольований від формального позатекстовий аналіз важливий для розуміння естетичного тла, що впливає на розробку концепції музичного відеокліпу. Отже, на сучасному етапі розвитку культурологічного знання для дослідження музичного відеокліпу як явища аудіовізуальної культури найбільш доцільним вбачається використання методології, що передбачає текстовий семіотичний аналіз музичного відеокліпу, враховує особливості взаємодії аудіовізуальних форматів у процесі виробництва значень та стосунків, що встановлюються між ними і глядачем, а також соціокультурну ситуацію, як тло, що зумовлює специфіку розвитку музичної індустрії та аудіовізуальної культури в широкому розумінні.

**Ключові слова:** аудіовізуальна культура, музичний відеокліп, теоретико-методологічні основи, закордонні академічні дослідження, культурологічний аналіз, семіотика.

**Hennadii PUHACHOV***graduate student, Kyiv National University of Culture and Arts, 36, E. Konovaltsia St, Kyiv, Ukraine, 01601***ORCID:** 0009-0003-1182-366X

**To cite this article:** Puhachov, H. (2024). Muzychnyi videoklip yak yavysheche audiovizualnoi kultury v lohitsi naukovooho doslidzhennia [Music video clip as a phenomenon of audiovisual culture in the logic of scientific research]. *Fine Art and Culture Studies*, 4, 173–179, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2024-4-24>

## MUSIC VIDEO AS A PHENOMENON OF AUDIOVISUAL CULTURE IN THE LOGIC OF SCIENTIFIC RESEARCH

**The purpose of the article** is to investigate the theoretical and methodological foundations and conceptual basis of the music video clip as one of the most popular genres of audiovisual culture of the end of the 20th – the first decades of the 21st century, as well as to identify promising approaches to the cultural analysis of this phenomenon at the current

stage. **Methodology.** The method of analytical analysis was applied, which contributed to the processing of scientific literature; the method of system analysis is applied to consider a music video clip as part of a complete system (audiovisual culture); the method of typological analysis in order to identify the peculiarities of scientific approaches to the study of the music video clip as a phenomenon of modern audiovisual culture; method of theoretical generalization. **Scientific novelty.** The theoretical-methodological foundations and conceptual basis of the music video clip as one of the most popular genres of audiovisual culture are considered; the main directions of the research of the music video clip, formed in foreign academic literature of the late 20th and early 21st centuries, are analyzed; little-known English-language works were introduced into scientific circulation; the connection between cultural theories and the development of music videos in the context of the specifics of modern society is revealed. **Conclusions.** During the last thirty years, several approaches to the study of the problems of music video clips have been formed in foreign scientific literature: research in the context of postmodernism and its impact on cultural consumption practices, research on the gender aspect of music videos, sociological research, semantics and musicology, semiotics, etc.

The specificity of the music video at the current stage of development of the digital society requires the development of approaches to scientific analysis that correspond to the multifaceted aspects of its production, popularization, and reception. In particular, the analysis of music videos should take into account the context of their creation and consumption, which will contribute to the study of the role of the music video in a certain historical and cultural period, the understanding of the meaning of music and the visual concept of each specific artist/band and genre. Extratextual analysis, not isolated from the formal, is important for understanding the aesthetic background that influences the development of a music video concept. Therefore, at the current stage of the development of cultural knowledge, for the study of a music video clip as a phenomenon of audiovisual culture, it is considered most appropriate to use a methodology that provides a textual semiotic analysis of a music video clip, takes into account the peculiarities of the interaction of audiovisual formats in the process of producing meanings and relationships established between them and the viewer, and as well as the socio-cultural situation as a background that determines the specifics of the development of the music industry and audiovisual culture in a broad sense.

**Key words:** audiovisual culture, music video clip, theoretical and methodological foundations, foreign academic research, cultural analysis, semiotics.

**Актуальність проблеми.** Протягом останніх тридцяти років проблематика музичних відеокліпів привертає увагу різних академічних дисциплін, що посприяло появі великої кількості наукової літератури та широкого спектру методологій для аналізу цього аудіовізуального продукту. На сучасному етапі, у зв'язку з появою в інтернет-просторі нових аудіовізуальних продуктів, таких як мешапи (mashups), ліпдубси (lipdubs) та флешмоби (flashmobs), актуалізується необхідність уточнення теоретичної бази для дослідження музичних відеокліпів у контексті розроблення відповідної методології та підходів для аналізу нових типологій відео. У цьому контексті доречним вбачається проведення аналізу закордонної академічної літератури кінця ХХ – початку ХХІ ст., в якій сформовано магістральні напрями дослідження музичних відеокліпів, з метою виявлення найбільш перспективних методів для сучасних наукових розвідок.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Науковий інтерес до різноманітних аспектів проблематики сучасної аудіовізуальної культури серед українських дослідників значно підвищився протягом останнього десятиліття, внаслідок стрімкого розвитку та поширення інноваційних інформаційно-комунікативних технологій. Особливості розвитку та жан-

рово-типологічна специфіка музичного відеокліпу в контексті трансформацій аудіовізуальної культури кінця ХХ – перших десятиліть ХХІ ст. одна з тем, що привертає увагу науковців – представників різних галузей знань. Так, наприклад, з позицій сучасного мистецтвознавства відеокліп розглядає Л. Іволга (історія розвитку українського музичного анімаційного кліпу кінця ХХ – початку ХХІ ст.) (2015), Т. Сидорчук (класифікація музичного відеокліпу як музично-екранної форми) (2018; 2020), А. Медведєва та В. Лук'яненко (2019) (історія виникнення і становлення кліпу в музичному контексті), Д. Кононова та О. Кобус (особливості музичних відеокліпів k-рор індустрії, їхнє місце в сучасній культурі та психологічний вплив на глядачів) (2020) та ін.; серед останніх культурологічних досліджень варто назвати працю А. Бурлаки (2023), в якій авторкою окрему увагу приділено семіотичному аналізу музичних відеокліпів як вербально-візуальних текстів сучасної пісенної естради в масовій художній культурі; Є. Вербецького (2024) – науковець аналізує окремі музичні відеокліпи українського виробництва як приклад рецепції інокультурної практики k-рор; К. Федосенко (2024), в якій дослідниця розглядає музичний відеокліп як провідну форму сучасного музичного аудіовізуального контенту та ін.

**Мета дослідження:** дослідити теоретико-методологічні основи та концептуальне підґрунтя музичного відеокліпу як одного з найбільш популярних жанрів аудіовізуальної культури кінця ХХ – перших десятиліть ХХІ ст., а також виявити перспективні підходи до культурологічного аналізу означеного феномену на сучасному етапі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Офіційно народження музичного кліпу відбулося в контексті музичних телевізійних програм в 70-ті рр. ХХ ст., коли відеотехнології почали впроваджуватися в основні телеканали в США та Великобританії, а провідні артисти, зокрема Девід Боуї, гурт Queen та ін. заклали основи його використання як потужного засобу масштабної популяризації власної творчості закордоном без концертних турів. Остаточний поштовх до створення музичних кліпів у музичній індустрії здійснило створення супутникового і кабельного телебачення наприкінці 1970-х рр. та MTV в 1981 р.

Еволюція досліджень музичного кліпу як феномену аудіовізуальної культури протягом останніх тридцяти років торкається кількох питань. Твердження, що ця галузь є міждисциплінарною і тому уможливорює різноманітні перспективи в своєму аналізі, відповідає не лише можливостям музичного відео для об'єднання характеристик, взятих з інших медіа (наприклад, кіно і телебачення), та для переформулювання нового дискурсу, але і діяльності, що власне оточує споживання цього аудіовізуального жанру, його зв'язки зі стратегіями музичної індустрії та здатності інтегруватися в різноманітні медіа, як традиційні (телебачення та ін.), так і нові, опосередковані інноваційними інформаційно-комунікаційними технологіями.

У зв'язку з розвитком постмодернізму як домінуючої ідеї в теорії культури, як наслідок постструктуралістських підходів 1970-х рр., оцінка музичного кліпу як мультимедійного продукту та його включення в нові телевізійні структури посприяли посиленню наукового інтересу в різноманітних академічних галузях, пов'язаних із постмодерністською перспективою.

На думку дослідників, єдину методологію аналізу музичного кліпу визначити неможливо, відтак доцільно говорити про міждисциплінарний підхід, в якому різноманітні академічні дисципліни звертаються до музичного кліпу як

до прикладу полісемічного носія, що дозволяє засобом його деконструювати, а потім реконструювати та інтерпретувати багатьма способами. Проте постмодерністський підхід передбачає кілька теоретичних положень та розглядає музичний кліп як поєднання високого і низького мистецтва та як альтернативу нарративному дискурсу класичного кіно. Музичні кліпи стають популярною темою для академічних досліджень наприкінці 80-х рр. ХХ ст., і, на думку вчених, інтерес до нього навіть перевищує інтерес до попмузики (Frith, 1988, с. 205). Водночас саме в галузі теорії кіно та медіадосліджень були закладені основи для подальшого аналізу музичних кліпів. Так, наприклад, в праці Е. Каплан «Цілодобовий рок: музичне телебачення, постмодернізм і культура споживання» («Rocking around the clock: music television, postmodernism and consumer culture») (1987) – першій спробі дослідити аудіовізуальну культуру в цілому та музичний кліп зокрема в контексті постмодернізму в часи, коли медіа та комунікації суттєво розвинулися і вплинули на практики споживання культури, викладено резюме інтересів кінематографічної теорії в музичному кліпі. Незважаючи на певні критичні зауваження з боку окремих представників наступного покоління дослідників (наприклад, Е. Гудвін, Р. Волсер та ін.), класифікацію різноманітних типів музичних відеокліпів, що враховує текст пісні та зображення у відео, але ігнорує роль музики та її внесок в кінцевий сенс, а також запропонована методологія використовуються і на сучасному етапі. Окрім того, Е. Каплан приймає твердження постмодернізму та зосереджує свій аналіз на дослідженні гендерних ідентичностей, сформульованих у візуальних нарративах музичних відео. Вона застосовує дослідження гендеру та ідентифікації в кіно, давно розроблене з сімдесятих років, до випадку музичних відео, створюючи класифікацію, засновану на оцінці Едипового комплексу Лакана та чоловічого погляду Л. Малві.

На початку 1990-х рр. активізується дослідження гендерного аспекту музичних кліпів. Так, наприклад, Л. Льюїс у монографії «Гендерна політика та MTV: озвучення відмінностей» («Gender politics and MTV: Voicing the difference») (1990) унікає психоаналітичної точки зору, розробленої в теорії кіно протягом 70–80-х рр. ХХ ст. і зосереджує свій аналіз на присутності

жінок у музичних відео, що транслювалися на MTV. На думку дослідниці, відеоролики слугували жінкам для формулювання нових ролей ідентичності, надаючи їм доступ до просторів, які вважалися виключно чоловічими (таких як вулиця), і допомагаючи їм прийняти знаки та вирази, що дозволяють створити відчуття спільності у жінок, наприклад, танець. Л. Льюїс зосереджується на музичних відеокліпах чотирьох жінок: Мадонни, Тіни Тернер, Сінді Лопер і Пет Бенатар, і вона вказує на внесок кожної з них у створення нових можливостей у визначенні гендерної ідентичності для жінок.

Музичні відеокліпи стали ознакою сучасності, а також ключовим інструментом просування для найуспішніших виконавців вісімдесятих, наприклад, Мадонни чи Майкла Джексона. У той же час MTV, створений у 1981 р., перетворився на найпопулярніший телеканал у наступні роки. Цей факт

привернув увагу багатьох соціологів, які почали вивчати вплив споживання музичного відео підлітками та вплив цієї діяльності на їх освіту. Соціологія має давні традиції у вивченні популярної музики; можна повернутися до Франкфуртської школи, щоб знайти роботу про музичну аудиторію, наприклад, есе Т. Адорно «Про популярну музику» (1941). Ця дисципліна продовжила вивчення цієї галузі завдяки роботам Д. Рісмана (1950-ті), С. Холла (1960-ті), Д. Гебдіджа і А. МакРоббі (1970-ті), пов'язаних з Бірмінгемською школою.

Незважаючи на зв'язок музичних відеокліпів із дослідженнями масової культури, неможливо включити соціологію в перспективу постмодернізму, оскільки ця наукова сфера використовувала власні інструменти для аналізу музичного відео. Соціологія – це дисципліна, що й надалі буде присутня в дослідженнях музичного відеокліпу; однак, за останні п'ятнадцять років, особливо в медіадослідженнях, легко помітити зміни в підходах і методології, яку використовують соціологи в своєму аналізі. Метою їхнього дослідження вже є не виявлення наслідків споживання масової культури в певній соціальній групі, розглядаючи аудиторію як пасивного агента, а вивчення способу, у який різні аудиторії надають різні значення одному культурному продукту (D'amato, 2001, с. 60). Безсумнівно, вплив нового соціального контексту, що характеризується «глокалізацією» та мультикультуралізмом,

а також вага постколоніальної теорії присутні в еволюції принципів сучасної соціології.

Історіографічний аналіз закордонної наукової літератури засвідчує, що дослідження музики в музичних відео було одним із найменш розроблених аспектів. Лише наприкінці 80-х рр. ХХ ст. з'явилися праці, в яких основна увага була приділена розгляду музики як частини аналізу аудіовізуальних жанрів. Наприклад, С. Фріт у праці («Music for Pleasure: Essays in the Sociology of Pop») присвятив один з розділів огляду досліджень музичного відеокліпу. Дослідник вважав абсурдною відсутність музичних посилань в аналізі продукції, розробленої музичною індустрією; він також стверджує, що «розгляд відео як суто візуальних текстів також є наслідком сучасної ортодоксальності теорії екрана на факультетах кіно та культурології» (Frith, 1988, с. 207). Для нього стан музичного відеокліпу як окремого аудіовізуального засобу передбачає аналіз характеристик, що відрізняють його від інших.

Після кризи постмодерної теорії вивчення аудіовізуальних медіа наприкінці вісімдесятих була відновлена семіотика. Необхідність пересмислення завдань різних медіа, залучених до аудіовізуального дискурсу, змусила переглянути структуру первинного тексту. Так, наприклад, М. Чіон у монографії («L'AudioVision: Son et image au cinéma») (1990) пропонує широкий підхід до вивчення аудіовізуальних медіа. Він передбачає дослідження зв'язку між зображенням і звуковою доріжкою (передбачається як сума діалогу, музики та звуку) і встановлює ієрархічну класифікацію асоціацій обох компонентів у різних медіа (фільм, музичне відео, рекламні ролики), щоб визначити формальні характеристики аудіовізуальних медіа.

На початку 1990-х рр. до дослідження ролі музики в аудіовізуальних медіа залучилися музикознавці в галузі популярної музики. Музичний відеокліп виявився найкориснішим засобом для цієї мети, оскільки саме в ньому зображення покладено на музику після того, як пісня була закінчена, навіть після того, як пісня продемонструвала свою здатність створювати сенс незалежно від візуальних засобів. Е. Гудвін та А. Бйорнберг взяли цей аргумент за передумову для розробки своїх методологічних пропозицій щодо аналізу музичного відео. Е. Гудвін розвиває свій підхід у книзі

«Танці на фабриці відволікань: музичне телебачення та популярна культура» (*Dancing in the distraction factory, music television and popular culture*) (1992), в якій наголошує на необхідності музичного аналізу в аудіовізуальних медіа та розробляє «музикологію зображення», щоб зрозуміти внесок музики в аудіовізуальний дискурс. Дослідник звертається до синестетичної природи музики та її здатності генерувати образи в процесі споживання як до основної ідеї для демонстрації підпорядкування візуальних засобів музиці у відео. На основі семіотичних вербально-візуальних асоціацій Е. Гудвін розвиває тему процесу, у якому «слуховий означник породжує інший, який є візуальним, одночасно з розумовою продукцією позначуваного» (Goodwin, 1992, с. 58). Вчений наголошує на необхідності музичного аналізу пісні як відправної точки в аналізі музичного відео і вказує на перелік деяких музичних параметрів, що впливають на конфігурацію візуального зображення у відео: по-перше, темп пісні, який відображається в русі камери, монтаж, світлові ефекти, рух персонажів та ін.

Методологія, запропонована Е. Гудвіном, стала кроком вперед у аналізі музичного відео: увага, приділена музиці в цьому конкретному аудіовізуальному середовищі, сприяла усвідомленню дослідниками активної ролі музичних параметрів у створенні сенсу музичного відеокліпу як культурного продукту.

Вагомим у теоретико-методологічні засади дослідження музичного відеокліпу є і внесок А. Бйорнберга, який пропонує власні підходи до семіотичного аналізу у публікаціях «Музичне відео та семіотика популярної музики» (1992) (*Music Video and the Semiotics of Popular Music*) та «Структурні відносини музики і зображень у музичному відео» (1994) (*Structural relationships of music and images in music video*). Дослідник розглядає музичне відео як аудіовізуальний текст, у якому «візуальний вимір регулюється синтаксисом музики та словесними текстами» (Björnberg, 1992, с. 1). Як і Е. Гудвін, Е. Бйорнберг пропонує музичний аналіз, щоб зрозуміти, як будується аудіовізуальне відношення. Однак він зосереджує свій аналіз на структурі тексту та уникає культурної інтерпретації відео. Дослідник організовує свій метод, простежуючи шлях від мікрорівня до макрорівня, тобто від синтаксичних зв'язків

між параметрами музики та зображення до вивчення семантичних зв'язків між цими структурами.

Таким чином, можна констатувати, що дослідження музичного відео має невелику історію, порівняно з іншими медіа, такими як кіно та телебачення. Тим не менш, інтерес до цієї форми протягом останніх кількох десятиліть, виявлений багатьма дисциплінами, призвів до значної кількості наукових праць. Це стало можливим завдяки консолідації музичного відео в період, коли постмодерністська теорія перебувала в розквіті, що зробило цей аудіовізуальний продукт одним із ключових елементів для її підтвердження.

Соціологія та медіадослідження були першими академічними галузями, які розглянули відео в той час, коли більшість музикознавців, які займаються дослідженнями популярної музики, ще визначали свою сферу діяльності та наближалися до деяких базових понять для визначення свого корпусу. Реакція на постмодернізм наприкінці 1980-х рр. вплинула на вивчення кожного окремого аудіовізуального засобу, оскільки протягом цього періоду відкрилися нові перспективи дослідження галузі, зокрема нові компоненти, що посприяли переосмисленню аудіовізуальних медіа.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. музичний відеокліп стає складнішим засобом завдяки синергетичним зв'язкам у культурному виробництві, що підтримується розвитком технологій, пов'язаних із комунікацією. Таким чином, дослідження цього продукту розробило низку взаємодоповнюючих точок зору, що мали на меті сприяти розумінню цього середовища та підходили до його аналізу як інтерпретації тематичних досліджень, усвідомлюючи труднощі застосування цілісного дослідження до цієї форми. Інтеграція аналізу музичного відео в історію медіа (Mundy, 1999) та підхід до нього як до аудіовізуального жанру (Vernallis, 1998) посприяли нормалізації дослідження цієї форми з урахуванням її медіаідентичності, значної спадщини в кілька десятиліть.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Протягом останніх тридцяти років в закордонній науковій літературі сформувалися кілька підходів до дослідження проблематики музичних відеокліпів: дослідження в контексті постмодернізму та його впливу на

практики споживання культури, дослідження гендерного аспекту музичних кліпів, соціологічні дослідження, семантика і музикологія, семіотика та ін.

Специфіка музичного відеокліпу на сучасному етапі розвитку цифрового суспільства передбачає напрацювання підходів до наукового аналізу, що відповідають багатоаспектності аспектів його виробництва, популяризації та рецепції. Зокрема аналіз музичних відеокліпів має відбуватися з урахуванням контексту їх створення та споживання, що посприяє дослідженню ролі музичного відеокліпу у певний історико-культурний період, осмисленню сенсу музики та візуальної концепції як кожного конкретного артиста/гурту, так і жанру. Не ізо-

льований від формального позатекстовий аналіз важливий для розуміння естетичного тла, що впливає на розробку концепції музичного відеокліпу. Отже, на сучасному етапі розвитку культурологічного знання для дослідження музичного відеокліпу як явища аудіовізуальної культури найбільш доцільним вбачається використання методології, що передбачає текстовий семіотичний аналіз музичного відеокліпу, враховує особливості взаємодії аудіовізуальних форматів у процесі виробництва значень та стосунків, що встановлюються між ними і глядачем, а також соціокультурну ситуацію, як тло, що зумовлює специфіку розвитку музичної індустрії та аудіовізуальної культури в широкому розумінні.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Бурлака А. В. Українська естрадна пісня в сучасній масовій художній культурі : дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 034 «Культурологія» (галузь знань 03 «Гуманітарні науки»). Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, 2023. 194 с.
2. Вербецький Є. М. Рецептивний аспект інокультурних практик у сучасному українському урбаністичному просторі : дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 034 «Культурологія» (галузь знань 03 «Гуманітарні науки»). Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, 2024. 180 с.
3. Іволга Л. В. Особливості візуально-образної мови в структурі українського музичного анімаційного кліпу на рубежі ХХ–ХХІ століть. *Вісник ЛНАМ*. 2015. URL : <https://uaanimateka.blogspot.com/2015/07/blog-post.html> (дата звернення : 17.07.2024).
4. Кононова Д., Кобус О. Характеристика К-роп культури та її роль у сучасній всесвітній масовій культурі. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 27. С. 20–27.
5. Медведєва А., Лук'яненко В. Виникнення і становлення кліпу: музичний контекст. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2019. № 2(2). С. 156–164.
6. Сидорчук Т. А. «Музично-екранна форма»: до визначення змісту поняття. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого*. 2018. Вип. 23. С. 122–128.
7. Сидорчук Т. А. Підходи до класифікації сучасних музично-екранних форм. *Мистецтвознавчі записки: зб. наук. праць*. 2020. Вип. 37. С. 180–184.
8. Федосенко К. М. Сучасна музична індустрія України в контексті розвитку соціальних медіа : дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 034 «Культурологія» (галузь знань 03 «Гуманітарні науки»). Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, 2024. 171 с.
9. Adorno T. On Popular Music. En *On Record: Rock, Pop, and The Written Word*. S. Frith y A. Goodwin (eds.). New York: Pantheon Books, 1990. pp. 301–314.
10. Björnberg A. Music Video and the Semiotics of Popular Music. *Secondo Convegno Europeo di Analisi Musicale*. Vol. I. Trento: Università di Trento. 1992. pp. 379–388.
11. Björnberg A. Structural relationships of music and images in music video. *Popular Music*. 1994. Issue 13(1). pp. 51–74.
12. Chion M. *L'audio-Vision: Son et image au cinema*. Paris: NathanUniversité, 1990. 168 p.
13. D'amato F. (ed.). *Sound Tracks Tracce, convergenze e scenari degli studimusicali*. Roma: Meltemi, 2002. 192 p.
14. Frith S. *Music for Pleasure*. New York: Routledge, 1988. 232 p.
15. Goodwin A. *Dancing in the distraction factory, music television and popular culture*. Minnesota: University of Minnesota Press, 1992. 264 p.
16. Kaplan A. *Rocking around the clock. Music television, postmodernism, and consumer culture*. London: Methuen, 1987. 196 p.
17. Lewis L. A. *Gender politics and MTV: Voicing the difference*. Philadelphia: Temple University Press, 1990. 258 p.

18. Mundy J. *Popular music on screen: From Hollywood musical to music video*. Manchester University Press, 1999. 256 p.
19. Vernallis C. The aesthetics of music video: An analysis of Madonna's Cherish. *Popular Music*. 1998. Issue 17(2). pp. 153–185.

#### REFERENCES:

1. Burlaka, A. V. (2023). *Ukrainska estradna pisnia v suchasni masovii khudozhnii kulturi [Ukrainian pop song in modern mass artistic culture]: dysertatsiia na zdobuttia stupenia doktora filosofii za spetsialnistiu 034 «Kulturolohiia» (haluz znan 03 «Humanitarni nauky»)*. Kyivskiy natsionalnyi universytet kultury i mystetstv, Kyiv [in Ukraine].
2. Verbetskyi, Ye. M. (2024). *Retseptyvnyi aspekt inokulturnykh praktyk u suchasnomu ukrainskomu urbanistychnomu prostori [Receptive aspect of foreign cultural practices in modern Ukrainian urban space]: dysertatsiia na zdobuttia stupenia doktora filosofii za spetsialnistiu 034 «Kulturolohiia» (haluz znan 03 «Humanitarni nauky»)*. Kyivskiy natsionalnyi universytet kultury i mystetstv, Kyiv [in Ukraine].
3. Ivolha, L. V. (2015) *Osoblyvosti vizualno-obraznoi movy v strukturі ukrainskoho muzychnoho animatsiinoho klipu na rubezhi XX–XXI stolit [Peculiarities of the visual-figurative language in the structure of the Ukrainian musical animation clip at the turn of the 20th–21st centuries.]*. *Visnyk LNAM*. URL : <https://uaanimateka.blogspot.com/2015/07/blog-post.html> [in Ukraine].
4. Kononova, D., Kobus, O. (2020). *Kharakterystyka K-ror kultury ta yii rol u suchasni vsesvitni masovii kulturi [Characteristics of K-ror culture and its role in modern global mass culture]*. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*. Vyp. 27. pp. 20–27 [in Ukraine].
5. Medvedieva, A., Lukianenko, V. (2019). *Vynyknennia i stanovlennia klipu: muzychnyi kontekst [Emergence and development of the clip: musical context]*. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv*. Seria: *Audiovizualne mystetstvo i vyrobnytstvo*. № 2(2). pp. 156–164 [in Ukraine].
6. Sydorchuk, T. A. (2018). «Muzychno-ekranna forma»: do vyznachennia zmistu poniattia ["Musical and screen form": to define the content of the concept]. *Naukovyi visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu teatru, kino i telebachennia imeni I. K. Karpenka-Karoho*. Vyp. 23. pp. 122–128 [in Ukraine].
7. Sydorchuk, T. A. (2020). *Pidkhody do klasyfikatsii suchasnykh muzychno-ekrannykh form [Approaches to the classification of modern musical and screen forms]*. *Mystetstvoznachchi zapysky: zb. nauk. prats*. Vyp. 37. pp. 180–184 [in Ukraine].
8. Fedosenko, K. M. (2024). *Suchasna muzychna industriia Ukrainy v konteksti rozvytku sotsialnykh media [Modern music industry of Ukraine in the context of the development of social media]: dysertatsiia na zdobuttia stupenia doktora filosofii za spetsialnistiu 034 «Kulturolohiia» (haluz znan 03 «Humanitarni nauky»)*. Kyivskiy natsionalnyi universytet kultury i mystetstv, Kyiv [in Ukraine].
9. Adorno, T. (1990). *On Popular Music*. En *On Record: Rock, Pop, and The Written Word*. S. Frith y A. Goodwin (eds.). New York: Pantheon Books. pp. 301–314 [in English].
10. Björnberg, A. (1992). *Music Video and the Semiotics of Popular Music*. *Secondo Convegno Europeo di Analisi Musicale*. Vol. I. Trento: Università di Trento. pp. 379-388 [in English].
11. Björnberg, A. (1994). *Structural relationships of music and images in music video*. *Popular Music*. Issue 13(1). pp. 51–74 [in English].
12. Chion, M. (1990). *L'audio-Vision: Son et image au cinema*. Paris: Nathan/Université [in French].
13. D'amato, F. (ed.). (2002). *Sound Tracks/Tracce, convergenze e scenari degli studimusicali*. Roma: Meltemi [in English].
14. Frith, S. (1988). *Music for Pleasure*. New York: Routledge [in English].
15. Goodwin, A. (1992). *Dancing in the distraction factory, music television and popular culture*. Minnesota: University of Minnesota Press [in English].
16. Kaplan, A. (1987). *Rocking around the clock. Music television, postmodernism, and consumer culture*. London: Methuen [in English].
17. Lewis, L. A. (1990). *Gender politics and MTV: Voicing the difference*. Philadelphia: Temple University Press [in English].
18. Mundy, J. (1999). *Popular music on screen: From Hollywood musical to music video*. Manchester University Press [in English].
19. Vernallis, C. (1998). The aesthetics of music video: An analysis of Madonna's Cherish. *Popular Music*. Issue 17(2). pp. 153–185 [in English].