

Особенности формирования имиджевых характеристик исполнителей жанра популярной музыки

Научный руководитель – Сегал Александр Петрович

Топчина Дарья Михайловна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: dtopchina@mail.ru

Одним из важных аспектов общего восприятия и оценки публичного человека, а именно музыканта, является впечатление, которое он производит. Имидж артиста играет важную роль в формировании и продвижении исполнителя, ведь именно этот аспект создает нужное отношение аудитории к артисту.

По мнению российских психологов А.В. Петровского и М.Г. Ярошевского, имидж - это *«стереотипизированный образ конкретного объекта, существующий в массовом сознании. Как правило, понятие имиджа относится к конкретному человеку, но может также распространяться на определенный товар, организацию, профессию и т.д.»*. Имидж в музыкальной сфере служит для того, чтобы четко идентифицировать исполнителя в сознании потребителей, дистанцировать его от коллег и соперников, сформировать эмоциональную связь с аудиторией. Если посмотреть на самых успешных исполнителей и популярных музыкантов на сегодняшний день, то можно отметить, что у каждого из них есть уникальный образ, отражающий авторский посыл и индивидуальность. Это доказывает, что вопрос имиджа крайне важен для музыкального исполнителя.

В музыкальной сфере имидж и позиционирование имеют ряд особенностей, которые стоит учитывать при работе с артистом. Имидж отражает определенный образ артиста, который удовлетворяет запросы аудитории, и может включать в себя такие аспекты, как внешность, стиль одежды, вокальный и инструментальный стиль, сценическое поведение, тематика песен и другое. В современной музыкальной индустрии имидж может быть ключевым фактором успеха артиста.

Важно понимать, что созданный имидж должен подходить артисту, быть эффективным в рамках конкретного музыкального жанра, а также подчеркивать достоинства и уникальность самого исполнителя. Именно такое понимание имиджа как инструмента продвижения поможет сделать стратегию по продвижению артиста эффективнее и достичь основных задач, а именно: обратить на артиста внимание аудитории, сформировать определенную целевую аудиторию, произвести положительное впечатление на эту аудиторию, стать для нее близким, заслужить авторитет и доверие, побудить к продажам. Итогом успешного формирования имиджа и позиционирования исполнителя будет являться положительная репутация артиста.

Так, вопрос о формировании имиджа музыканта на сегодняшний день как никогда актуален, ведь артисты находятся в ситуации большой конкуренции на музыкальном рынке. Удачный имидж артиста будет обеспечивать профессиональный рост музыкального исполнителя, помогая привлекать новых слушателей и удерживать существующих.

Таким образом, в своей работе я рассматриваю актуальную ситуацию на музыкальном рынке, инструменты создания и управления имиджем артиста, а также анализирую особенности имиджа и позиционирования музыкантов в жанре популярной музыки.

Источники и литература

- 1) Бондарева М.С. Маскульт и музыка. Проблемы звучания и потребления // Вестник Костромского государственного университета. – 2008
- 2) Белобрагин В.В. Психология имиджа отечественного шоу-бизнеса: учебно-метод. пособие, Москва, 2017
- 3) Беляева, М.А, Самкова, В.А. Азы имиджелогии: имидж личности, организации, территории; учебное пособие для вузов, Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2016
- 4) Готовцев Л.И. Правда о шоу-бизнесе: Рипол Классик, 2010
- 5) Змановская Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. — СПб.: Речь, 2005
- 6) Кочеткова А.В. Теория и практика связей с общественностью: Питер, 2009
- 7) Кирия, И. В., Новикова, А. А. История и теория медиа: учебник для вузов / М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017
- 8) Лэтроп, Т., Петтигрю Д. Промоушн музыкальных проектов // "Музыкальное и театральное продюсирование. Российский и зарубежный опыт". – М., 2008
- 9) Макарова Е.А. Теория и технологии арт-менеджмента: научн.-метод. пособие, 2013
- 10) Петровский А.В., Ярошевский М.Г. Основы теоретической психологии. М.: ИНФРА-М, 1998