

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ
Катедра на ЮНЕСКО „Комуникации и връзки с обществеността”

ИМИДЖЪТ НА РОК МУЗИКАНТИТЕ

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен „Доктор” по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Реклама)

Докторант:
Радка Кирилова Василева

Научен ръководител:
проф. дфн. Милко Петров

София, 2013

Дисертационният труд се състои от увод, изложение в три глави, заключение, приложения и библиография с общ обем 362 страници. В приложенията са използвани 3 таблици и 50 цветни илюстрации. Библиографията включва 182 заглавия на български и чуждестранни автори, web-страници и видео ресурси.

Дисертацията е обсъдена и насочена за защита от катедрения съвет на катедра “Комуникация и връзки с обществеността” при ФЖМК на СУ. Защитата на дисертационния труд ще се състои на отч. в зала на ФЖМК

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Актуалност на проблема

Основна задача, стояща пред всяка публична личност и успешна търговска марка е изграждането на характерен имидж. Независимо дали става въпрос за сферата на рекламата, търговията, политиката, спорта или изкуството, да се създаде уникален и разпознаваем имидж е задължителна, открито заявена и систематично преследвана цел. Превърнато в общоизвестен и широко популярен термин през последните години, понятието имидж често остава непълно и неправилно разбрано. За да бъдат изведени и обяснени, онези елементи, функции и характеристики на всеки имидж, които са ключът към публичния успех, е най-подходящо да бъде изследвана една от най-крайните представи битуваша в общественото съзнание през последните петдесет години.

Имиджът на рок музиката е сред най-противоречивите, дълготрайни и непрестанно актуализиращи се идеи, които присъстват на световната културна сцена и обединяват персоналните образи на поколения артисти. Това е стилът, който предизвиква нестихващи протести, съдебни дела, обществена паника, създава фанатично предани почитатели и ражда вярването, че музиката никога няма да умре. Тази заявка за вечност кара редица изпълнителите да преоткриват представата за рока, трансформирайки онези скрити, но ключови елементи на имиджа, които могат да превърнат публичните им образи не просто в успешна марка и продаваем продукт, а в част от една контрастна идея. Историята на рок музиката и изпълнителите ѝ може нагледно да разкаже как и защо имиджът може да се превърне в толкова отчетлива характеристика на публичните личности, че да провокира съвсем реален страх или възхищение.

Степен на разработеност на проблема

Съществуват няколко основни типа разработки, засягащи различни аспекти от имиджа на рок музикантите, без да са конкретно насочени към проблема. Разглеждана като *самостоятелен обект*, музиката най-често присъства в научните изследвания като специфично изкуство или стока. Ролята и функциите ѝ като изразно средство и неделима част от различните маркетингови и комуникационни кампании, също е любим предмет на редица научни трудове. Втората категория изследвания е посветена на *имиджите на известните личности*, на звездите, знаменитостите и съвременните идоли. Последната трета група изследвания са *документалните и биографични поредици*, проследяващи развитието и историята на изпълнителите и жанровете в рока през годините.

Настоящото изследване обединява тези три подхода и предлага едни нов поглед към музиката, като самостоятелен фактор за формирането на определени възгледи и норми, които през годините прерастват в устойчиви представи и обобщени идеи. Възможности, ясно изразени в развитието на един от най-противоречивите съвременни музикални стилове – рокът. Историята на рок музиката разкрива едно неразработено от научна гледна точка поле, нагледно очертаващо, начините за налагане на разпознаваем, траен и провокиращ крайните емоции имидж.

Обект на изследването

Обектът на научния труд е рок музиката с всичките ѝ прилежащи жанрови разклонения. Като изследователски обект рокът обхваща голям исторически период, сложна музикална класификация и разнообразни персонални имиджи. Музиката и личностите стоящи зад нея са двата основни елемента, които могат да бъдат теоретично разделени и самостоятелно изследвани. Въпреки че обектът на труда е стилът като цяло, в отделните глави често се налага за по-голяма яснота, музиката и личността да бъдат изведени като самостоятелни обекти.

Предмет на изследването

Предметът на настоящия труд е обобщената представа, която музикантите и творчеството им успяват да изградят и наложат в общественото съзнание през последните десетилетия.

Основна изследователска цел и задачи

Целта на изследването е да открие генезисът и развитието на схемата, която свързва отделните персонални имиджи на рок изпълнителите в уникална, противоречива и жизнена идея. Това е опит да се проследи как обстоятелствата, историята, социалното развитие на обществата и чистата случайност, са умело използвани от имидж стратегите, продуцентите и самите музиканти, за да се поставят рамките и стандартите, които могат да бъдат адаптирани и продавани на публиката по целия свят. Да се посочат онези елементи, които оформят невидимата нишка между жанровете и поколенията и създават обобщената представа за рока.

Трудът се фокусира върху три основни задачи, разгледани в отелените глави:

- ✓ да изясни какви са спецификите при формирането на имиджи в сферата на рока, какви са основните допирни точки и различия спрямо други сфери като изкуството, културата, спорта и политиката;
- ✓ да очертае как особеностите на публичните представи за отделните жанрове и изпълнители се преплитат и допълват при възникването на обобщената идея за целия стил;
- ✓ и на последно място как и защо съществуващите представи могат да бъдат превърнати в успешен маркетингов и имиджов продукт.

Изследователска теза

Основната теза на настоящето изследване гласи, че в наложената представа за стила се използват универсални сюжети, архетипни представи, утвърдени митове и целенасочено стереотипизирани образи, които са трансформирани многократно през годините без да са променяни радикално, обединяващи персоналните образи и обособяващи общото ядро на имиджите в рока.

Подходи и методология на изследването

За доказването на основната теза и трите поставените задачи в изследването са приети няколко предпоставки.

На първо място чрез анализ на редица научни изследвания е избрана и систематизирана дефиниция за понятието имидж в сферата на рока, очертаваща особеностите на представата за стила, които са ползвани като отправни точки при систематизирането на основните свързващи елементи в имиджите на изпълнителите.

Съобразно изведеното определение и на базата на сравнителен анализ на повече от десет документални филма и поредици, множество биографични книги, медийни изказвания и справочна литература е разработена класификация на основните митове и стереотипи битувани в представата за рок музикантите.

На последно място изводите и наблюденията направени в първите две глави са ползвани за анализ и адаптация на две модела за създаване на успешни имиджови продукти.

Възприети ограничения

- ✓ На първо място бе прието, че е *невъзможно да се обхване* подробно и изчерпателно *цялата информация* за рока. Този факт не означава, че изследването е груба генерализация, а че е избегнато налагането на изкуствени граници, водещи до грешно формулиране на задачата и съответно до грешни изводи. Подходът е много удачен за изследване на представата за музиката, при която изборът на точно определени артисти, може да се фокусира върху спецификите на отделни персонални имиджи, а на тяхната база да бъдат направени грешни обобщения. Целта на изследването е да очертае най-характерните и най-често ползваните елементи в имиджа на целия стил.
- ✓ В изследването бе отчетено, че налагането на обобщения имидж на рока е процес, който не може да бъде поставен в ясни и точни граници, за да бъде напълно и изчерпателно проучен, поради непрестанното преплитане на имиджите на новите поколения музиканти, с многократно трансформирани и адаптирани публични образи на утвърдените артисти, пречупени през представите на новите поколения фенове. Взаимодействието между тези елементи от една страна свидетелства за *незавършен процес*, но от друга – доказва наличието на многократно използвани и *лесни за схематизиране ядра* в цялостна представа за стила, които могат да се реформират в съзвучие с нагласите на новите поколения артисти и меломани.
- ✓ На трето място бе прието, че макар и лесно разпознаваема, представата за рока провокира *полярни емоции* и оценки в различните социални групи. Поради тази причина в целия научен труд бе прокарана ясна граница между представите на меломаните и на всички други социални групи. За да бъде минимализирана възможността от грешки, теоретично музикалните фенове бяха посочени като групата, задаваща критериите и формираща границите на престижа в имиджа на рок артистите.
- ✓ По отношение на стереотипните представи бе отчетено, че те често почиват на чужда преценка, вместо на преки наблюдения и впечатления за стила, и поради тази причина те могат да бъдат *истинни, непълни или неистинни*. Независимо, в коя от трите категории попадат, стереотипите очертават сходствата между образите на отделните артисти и не е задължително да се търси до колко приемливи и верни са те за отделните социални групи.
- ✓ Бе прието, че в представата за рока съществуват твърде много слухове, конспиративни и тайнствени теории, които не подлежат на научен анализ, но са водещи фактори за възникването на митовете за рока и мистичната слава на изпълнителите. Важността на тези елементи налага да бъдат търсени конкретните им *исторически корени*, които могат да бъде тълкувано научно, дори с ясната представа, че голям процент от подбраните представи, вероятно са само слухове и инсинуации.
- ✓ На последно място бе отчетено, че *липсата на контент* анализ на музикалните текстове, значително затруднява изясняването на връзката между персоналния имидж и творчеството, разкривайки много нови научни проблеми.

Обхват и структура на изследването

Дисертационният труд се състои от увод, изложение в три глави, заключение, приложения и библиография с общ обем 362 страници. В приложенията са използвани 3 таблици и 50 цветни илюстрации. Библиографията включва 182 заглавия, от които 64 на български език, 31 са чуждоезични, а 87 са видео ресурси.

Конкретна структурата на дисертационния труд

УВОД

I ГЛАВА

ИМИДЖ И МУЗИКА

1. ИМИДЖ - ДЕФИНИЦИЯ; ХАРАКТЕРИСТИКИ И КОМПОНЕНТИ

- 1.1 Дефиниране на понятието имидж
- 1.2 Характеристики и особености на имиджа в музиката
- 1.3 Компоненти на имиджа
 - 1.3.1 Имиджът като инструмент
 - 1.3.2 Имиджът като стандарт
 - 1.3.3 Имиджът като средство за себеизразяване

2. ИМИДЖ И СОЦИАЛНО ПОЛОЖЕНИЕ

- 2.1 Социален статус и социални роли
- 2.2 Престиж и авторитет
 - 2.2.1 Символи и знаци на престижа
 - 2.2.2 Видове и форми социален престиж и авторитет
- 2.3 Власт и влияние
 - 2.3.1 Власт
 - 2.3.2 Харизматична власт и легитимност
 - 2.3.3 Влияние
- 2.4 Личността носител на социален престиж
 - 2.4.1 Елит
 - 2.4.2 Носители на престижа
 - 2.4.3 Лидерство и музика
 - 2.4.4 Личност-еталон
 - 2.4.5 Знаменитости и звезди
 - 2.4.6 Герои, идоли, божества

II ГЛАВА

СПЕЦИФИКА НА ИМИДЖА НА РОК МУЗИКАНТИТЕ

1. РОКЪТ КАТО МУЗИКАЛЕН СТИЛ

- 1.1 История и поджанрове
 - 1.1.1 Музикални корени на рока
 - 1.1.2 Развитие на музиката и жанровете
- 1.2 Особености на музиката

2. СТЕРЕОТИПИ И РОК МУЗИКА

- 2.1 Перцепция и стереотипизация
- 2.2 Основни стереотипи в имиджа на рок музикантите
 - 2.2.1 Бунт
 - 2.2.2 Отчужденост
 - 2.2.3 Агресия
 - 2.2.4 Шок
 - 2.2.5 Мистика

3. МИТОВЕ И РОК МУЗИКА

- 3.1 Мит: дефиниции, функции, особености и класификации
- 3.2 Митове за рока

III ГЛАВА

ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ В СФЕРАТА НА РОК МУЗИКАТА

1. МУЗИКА И МАРКЕТИНГ

- 1.1 Особености на музикалния продукт
- 1.2 Личността като част от успешния музикален продукт

2.	МОДЕЛИ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ В СФЕРАТА НА РОКА
2.1	Моделиране на трансмедиален имидж
2.2	Системата на звездите
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ
	ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИНАЛНОСТ
	БИБЛИОГРАФИЯ
	ПРИЛОЖЕНИЯ

II ОСНОВНО СЪДЪРЖАНИЕ

УВОД

В увода са маркирани спецификата и научната значимост на избраната тема. Формулирана е основната научна цел, насочваща вниманието към водещите елементи на изследователската теза. Фиксирани са трите основни задачи с прилежащите им проблемни области, които задават структурата на главите в изследването.

I ГЛАВА

ИМИДЖ И МУЗИКА

Първата глава на изследването е посветена на въпроса до каква степен имиджът на рок музикантите следва основните принципи за налагане и функциониране на разпознаваеми и устойчиви публични образи в обществото. За целта главата е разделена на две части.

Първо в труда е обърнато внимание на водещите характеристики, компоненти и функции на имиджите, както и на трансформацията, която тези елементи претърпяват в сферата на рока.

На второ място е изследван проблемът как спецификата на стила може радикално да промени връзката между имиджа, доброто име и социалното положение на личността. Разгледана е възможността да бъдат създадени разпознаваеми образи, притежаващи основните елементи на всеки работещ имидж, но функциониращи по твърде нетипичен начин в общественото пространство.

1. ИМИДЖ - ДЕФИНИЦИЯ; ХАРАКТЕРИСТИКИ И КОМПОНЕНТИ

1.1 Дефиниране на понятието имидж

Поради честата и многообразна употреба на термина „имидж“ първата задача на труда бе да се избере и систематизира дефиниция за понятието в сферата на рока, очертаваща особеностите на представата за стила. След анализ на част от най-често цитираните определения за „имидж“, бе прието, че имиджът на рока е *целенасочено формиран комплекс от представи на социалните групи за музиката и нейните изпълнители, които хората приемат за реални, съчетание от динамични и емоционално оцветени образи, с умишлено изместен ракурс, създадени под влиянието на външни и на персонални фактори.*

1.2 Характеристики и особености на имиджа в музиката

Привнасянето на термина имидж в областта на изкуството, налага голяма част от теоретичните постановки да бъдат разгледани в нова светлина. Основният риск при изследванията на имиджите в развлекателната индустрия, е възможността вниманието да се концентрира предимно върху ефекта от известността, популярността и звездния статус на творците и върху това, което прави хората харесвани и атрактивни.

За да бъде избегнато подобно изкривяване на смисъла на понятието, в тази част бе обърнато специално внимание на основните характеристики на имиджите, разкриващи опростената схема за формирането и функционирането на всяка представа. Чрез

четирите характеристики, открити от проф. Милко Петров, може да бъде изяснено как се формират устойчиви, макар и често противоречиво приети имиджи. Бе прието, че:

- Импиджите се формират на базата на *сетивни възприятия* - в сферата на рока, тези възприятия могат да бъдат теоретично разделени, в зависимост от това дали са свързани с личността или музика. Това уточнение позволи да бъдат избегнати редица грешки и неточности. Възприятията на публиката могат да се опират на сетивните усещания породени от песен, албум, клип, концерт, интервю и т.н. В същото време въздействието на личността може да комбинира визия, език, невербално поведение, социално положение и др., докато музиката може още веднъж да бъде раздробена на звук и текст.

- Втората характерна особеност на имиджите е, че те са *интерпретирани възприятия* - т.е. при тяхното формиране се намесват представите на реципиентите свързани с области като културата, модата, религията, политиката и т.н, които са част от техния предходния опит. В целия труд бе поставен акцент върху значението на външни фактори, защото господстващите социални модели и настроения в различните етапи от историята на рока, които често оказват огромно въздействие върху интерпретацията на подадения сигнал.

- Третата характеристика на имиджите твърди, че веднъж наложени те оказват *въздействие върху формирането на нови представи* – поради тази причина бе прието, че е възможно представите за музиката многократно да се актуализират, преработват и препродават. Затова имиджът бе дефиниран като невидимата нишка, която свързва отделните музиканти през годините, която оформя ядрото на рока, независимо от различията между поджанровете.

- На последно място бе отчетено, че имиджите са *относително консервативни* – тази характеристика се опира на правилото, че устойчивият имидж може да се реформира, но не и да се революционизира. На базата на тази четвърта характеристика бе изведена и една от основните предпоставки на изследването, гласяща, че рокът като стил изгражда една обща представа, която просто се трансформира многократно при имиджите на отделните творци, но реално никога не е била променяна радикално.

На базата на тези характеристики бе прието, че при формирането на имиджите обикновено умишлено се използват елементи, които да позволят широки асоциации и противоречива интерпретация. Да активизират въображението на публиката и в сферата на рока – да провокират крайни емоции.

1.3 Компоненти на имиджа

Докато разгледаните характеристики позволяват да бъдат открити принципите при изграждането на имиджите, то компонентите разкриват основните функции, с които са натоварени вече формираните представи. В тази част на труда бе маркиран въпросът в какви посоки компонентите на имиджа могат да провокират очаквани и дори планирани реакции от страна на реципиентите.

За целта бе използвано разбирането на проф. Петров, че съществуват четири основни компоненти на имиджите, а на тяхна база бяха дефинирани, някои ключови особености свързани с представата за рока. Четирите разгледани компоненти са:

- **Перцепционна компонента** – според която най-често се възприемат общите и типични характеристики в обектите. В сферата на рока тази компонента, неминуемо насочи вниманието към процесите на стереотипизация и определи стереотипите като основният елемент, свързващ имиджите на отделните артисти в обобщената представа за целия стил.

- **Когнитивна (познавателната) компонента** – свързана със съдната способност и степента на доверие/недоверие спрямо възприятията. Тя бе определена като

факторът, на чиято база се формира преценката на публиката, за това до колко получената информация е вярна и реална.

- **Афективна компонента** – отразява емоционалната обогрленост на възприятията, а в имиджа на рок артистите, тя е свързана полярните емоции и крайните емоционални реакции на реципиентите.

- **Конотативна компонента** – свързана с предполагаемите действия на реципиентите. Като се има предвид, че още в първоначалната дефиниция имиджът на рок музикантите беше определен като „целенасочено формиран”, то тази компонента поставя въпросът от кого и с каква цел е наложена и подържана представата за рока. Тя даде водещата насока за целия труд и на нейна база бе отчетено, че най-прагматичните и очевидни цели за създаването и налагането на подобни имиджи е повишаването на интереса към музикалния продукт и продажбите му. Настрана от това, представата за музиката може да има ефект не само в материален, но и в културен, социален и емоционален план. Затова условно бе прието, че конотативната компонента в имиджа на рок изпълнителите води до две важни предполагаеми действия от страна на публиката – *покупка и промяна в отношението* и житейската позиция. Първото действие по правило се счита за основна цел на индустрията, докато очакването за промяна в мисленето и действията на феновете, обикновено се приема за творческа цел. Като съвкупност от тези разнопосочни интереси представата за музиката е изключително противоречива и съответно съществуват две основни теории за целите заложенни в имиджа на музикантите.

Първият вариант е представата за рок изпълнителите да бъде приета като категорична *алтернатива на съществуващите социални норми* и правила, умишлено сблъскваща обществените мнения и ценности.

Основната спънка, тази теория да бъде приета безапелационно е наличието на втора теза, според която нестандартният образ на музикантите не се различава толкова много от обществената представа за други личности в културния елит. От тази гледна точка мащабните успехи на рок звездите могат да бъдат разглеждани като завоалиран и много ефикасен начин за *утвърждаване на модела на личния успех* и равните социални шансове. Втората теза предполага, че рокът е „маскиран” като изкуство изострящо социалните конфликти, но всъщност много от представителите му целенасочено и системно преследват общественото признание и успяват да акумулират значителен социален престиж. По този начин публичните образи на рок звездите, също като много други звезди и знаменитости, могат да отклонят вниманието от по-важни проблеми и незабележимо да подкрепят съществуващото статукво. Сблъсъкът на двете теории налага на представата за музикантите винаги да се гледа като на пресечна точка на *целите на изкуството и маркетинга*.

В зависимост от това, коя от компонентите е водеща, могат да бъдат открити три начина, по които имиджът оказва въздействие върху публиката. Именно те бяха разглеждани в следващите точки.

1.3.1 Имиджът като инструмент

На първо място бе отчетено, че разграничаването на трите пътя за влияние на имиджите поставя условна граница между компонентите. На практика обаче е много трудно да бъде прекара подобна разделителна линия. Както в сферата на политиката, така и в областта на изкуството, те действат едновременно и са взаимозависими.

Като инструмент за постигането на социални цели и формирането на масови представи, имиджът на рок музикантите поставя въпроса какви са моделите, утвърдени от персоналните образи на артистите. Както вече бе изтъкнато дали имиджът им ще

бъде възприет като подкрепа на модела на личния успех или на пълното отхвърляне на установените норми, зависи в огромна степен от познанията на публиката.

1.3.2 Имиджът като стандарт

В тази част бе прието, че веднъж наложен имиджът на рока, преобръща стандартите за добро – зло, макар и само в определена степен и само за точния пазарен сегмент от аудиторията. Поради тази причина противопоставянето на социалните норми в музиката, като цяло не се приема за нещо лошо. Именно от този факт произтича вечният сблъсък между възприятията и оценките на феновете и всички други социални групи.

1.3.3 Имиджът като средство за себеизразяване

Последният разгледан път за въздействие на имиджа на рок музикантите се фокусира върху възможността, чрез него публиката да изрази своите настроения и мнения. Изразяването на личната позиция е породено от персоналните стремежи и критерии, формирани на базата на имиджите, но в същото време бе отчетено, че винаги води до приобщаването към дадени ценности. Поради тази причина бе прието, че в представата за рока отново се открояват две линии. Музиката на аутсайдерите и бунтарите, която издига в култ личната свобода и нарушаването на всички закони, в крайна сметка създава свои норми и структури. Тези неписани правила се появяват непрекъснато в имиджите на различните музиканти през годините, а публиката в стремежа си да бъде нестандартна и различна, ги приема за своя същност и ги утвърждава, ритуализира.

2. ИМИДЖ И СОЦИАЛНО ПОЛОЖЕНИЕ

Втората част на главата е посветена на въпроса как очертаните особености на характеристиките и компонентите в имиджа на рока се отразяват на социалното положение на музикантите. Представата за изпълнителите, като и образите на всички публични личности е пряко свързана с акумулирането на социален престиж. Това, което прави имиджа им по-интересен и специфичен е стилът. Музиката на различно мислещите хора, на отхвърлените, на непримиримите, ражда изпълнители, които се превръщат в легенди, в част от културния елит, в съвременни герои. Много бунтари, в крайна сметка попадат в стандартни социални роли. От тук произтича основната разлика между звездите и рок музикантите. Те трябва да балансират непрестанно своя имидж, защото той не се гради чрез харесването, а чрез отхвърлянето. Принудени са да стоят на границата между успеха и отричането му; между социалния престиж и ценностите на стила; между елита и аутсайдерите в обществото. Поради тази причина дефинирането на мястото им в социалната стълбица е едни от най-важните и сложни проблеми в труда.

2.1 Социален статус и социални роли

За да бъде изяснена връзката между имиджа на рок артистите и социалното им положение, като отправна точка в тази част бяха приети редица стереотипните представи за стила, които бяха изследвани, потвърдени или отхвърлени във втора глава.

Първо бе обърнато внимание на зависимостта между социалния статус и професионалните постижения на музикантите. Бе поставен акцент на процеса, при който постиженията и професионалните успехи идват доста след като изпълнителите са приети от публиката и много често това е огромен трус за първоначално изградената представа. Бе отчетено, че на определен етап от развитието на много изпълнители настъпва промяна в социалния им статус и обикновено това е прагът, който ги

превръща в звезди, но за разлика от много други професионални сфери този факт може да има отрицателен ефект върху имиджа им.

Очакването музикантите да бъдат бедни, отхвърлени и гневни, от стечение на обстоятелствата се превръща в открито заявено ролево предписание за успешното влизане в социалната роля на рок звезда. Поради тази причина обвиненията в комерсиализация и продажност, съпътстващи широкия публичен успех бяха окачествени като основен риск за имиджа на рок артистите. Тази специфика на представата за музикантите не позволява високият социален статус и прилежащата му социална роля да бъдат директно свързани със стремежа към личен успех и широко обществено признание. Те винаги присъстват завоалирано в образите на музикантите и налагат публичните им имиджи да се градят въпреки професионалния успех, съгласно ролевите предписания, които им налагат винаги да останат близо до тълпата.

2.2 Престиж и авторитет

Очертаната особеност на ролевите предписания към рок музикантите наложи и различното тълкуване на понятията престиж и авторитет. Водещата предпоставка, в тази точка от изследването бе, че при формирането на образа на изпълнителите, действат същите механизми за придобиване на престиж и авторитет, като във всяка друга социална област. Голямата разлика при музикалния имидж идва от ценностите, нормите и разбиранията, в тълкуването на термините. Основните наблюдения и изводи направени в тази част са:

- Според различните речници термините престиж и авторитет имат много близко тълкуване, като и двете понятия са пряко зависими от теориите за влиянието, властта и легитимността в обществото.
- При оценката на престижа на рок музикантите действат стандартните правила и поради тази причина вниманието може да се насочи в две посоки - към вродените и придобити персонални качества или към социалния статус на личността.
- Като вродени и придобити персонални качества бяха изведени талантът и дарбата, а като обществено приет мотив за изкачването на рок артистите в социалната стълбица бяха посочени професионалните им успехи.
- Бе отчетено, че много музиканти се ползват с определен престиж в обществото, заради таланта и постиженията си, но докато кариерата може да им осигури високо социално положение и доста материални блага, това не винаги гарантира добро име извън групата на феновете.
- В изследването бе прието, че в сферата на изкуството и развлеченията социалното положение и личността като носител на престижа; представата за твореца и човека, не само се разминават, но могат да бъдат в пълно противоречие.
- Изведената специфика, дефинираща рока като особена форма изкуството бе, че докато по правило престижът в дадено общество се определя от господстващата система от ценности, то в избрания музикален стил действа противоположният принцип.
- На базата на стереотипната представа за рока, като музика на отхвърлените, бунтарите и аутсайдерите бе прието, че за социални групи, при които господстващите обществени настроения и ценности, нямат общоприетата стойност, критериите за престиж са преобърнати. Затова бе отчетено, че добро име на музикантите пред феновете се гради обратно пропорционално на уважението им в цялото общество.

2.2.1 Символи и знаци на престижа

В тази точка бе обърнато внимание на символите и знаците отразяващи социалния статус на личността. Като база бе прието разбирането на проф. Петров, че

демонстрацията на социалното положение може да се осъществи по два начина – чрез натрупване на голям брой символи и знаци или чрез създаване на разстояние между личността и непрестижните слоеве. Точната дистанция и правилният подбор на престижни символи при рок музикантите, бяха определени като факторите осигуряващи равновесието между имиджа на звезда и имиджа на аутсайдер, обединяващи ги в цялостна представа.

- По отношение на символите и знаците на престижа бе прието, че в сферата на рока те могат да бъдат класифицирани по класическия начин - като материални или идеални. Като ключова особеност в имиджа на рок музикантите бе посочена демонстрацията на материалните знаци на престижа, при която обикновено липсата на блясък и лукс се приема като по-престижна от феновете.

- Създаването на точното разстояние между артиста и непрестижните слоеве, разкри далеч по-интересна схема в представата за рок музикантите. Бе прието, че зависимостта между близостта и дистанцията спрямо тълпата, лежи в основата на митовите за рока и в самото ядро на имиджа на целия стил. За пореден път стереотипната представа за музикантите като аутсайдери и бунтари бе използвана като основа за изследване на зависимостта близост-дистанция. Предвид тези стереотипи бе прието, че за изпълнителите явното дистанциране и откъсване от тълпата е немислимо условие. При положение, че голяма част от музикантите стартират кариерата си като момчета от нисшите стъпала на социалната стълбица и с гордост завяват този факт пред света, митологизирането им се оказва единственият път, по който могат да бъдат представени като хора, като всички останали, но и като носители на особен престиж. Похватът характерен за формирането на представите за различни герои и идоли, очертава здравата и колоритна връзка на рок музиката с митологията. Обвитият в мистерия и слухове личен и творчески път на артистите бе определен като специфичен начин за запазване на нужната дистанция с тълпата, без да бъде накарънена здравата връзка с нея.

2.2.2 Видове и форми социален престиж и авторитет

След като бе прието, че престижът на имиджите в сферата на рока е спорно понятие, често поставящо професионалните постижения и личните качества в противоречие, се наложи да бъде потърсена по-точна дефиниция за авторитета на рок звездите. В тази част от труда бяха използвани различни теории и изследвания свързани с престижа.

- Като особено подходящо за изясняване на поставената задача бе посечено разбирането на Хайнц Хартман за различните видове авторитет, сред които и „функционалният авторитет”, свързан с прослойката на експертите. Понятието функционален авторитет даде възможност рок музикантите да бъдат дефинирани като експерти в областта си, демонстриращи публично своите умения и печелещи висок социален статус благодарение на тях.

- Относно личните качества на рок звездите, бе използвано виждането на Макс Вебер за авторитета като власт в широк смисъл. „Харизматичният авторитет” на личността бе избран като термин, доближаващ се най-много до представата за рок артистите. Докато дарбата, гарантира функционалния авторитет на музикантите, то харизмата бе определена като източник на персоналния им престиж.

- Третото понятие, избрано като пряко свързано със спорния социален статус на музикантите е „придобит престиж”. Този термин насочи вниманието на целия труд към проблема за авторитета, като съзнателно преследван процес за извоюване на признание. Това виждане бе използвано като основен контрапункт на стереотипите свързани с отчуждеността. Водещата предпоставка изведена благодарение на понятието придобит

престиж бе, че въпреки своеобразното дистанциране на много музиканти от традиционните представи за престиж и професионализъм, това отдалечаване е само привидно. Изкуството се създава за да бъде видяно, чуто и разбрано, за да изрази някаква идея или емоция. Затова и естественият стремеж на всеки творец да се нареди сред имената на знаменитите музиканти или да накара всички да чуят творбите и позицията му, бе приет като съзнателна и изключително целенасочена борба за придобиване на признание, престиж и възможност за влияние върху феновете.

- Последното разбиране, което бе избрано като особено важно по отношение на представата за рока бе понятието социален престиж, предложено от Х.Култ. Този тип авторитет позволи престижът на рок музикантите да бъде разгледан, като асоциативно пренасяща се характеристика от прослойката на музикантите, към отделните стилове, поджанрове и индивидуални артисти.

2.3 Власт и влияние

Преди да бъде разгледана сложната зависимост между авторитета, влиянието и властта, бяха направени няколко рамкиращи уточнения и изводи:

- На първо място представите за личността и за творчеството в имиджа на рок артистите бяха теоретично разделени. В следващите точки научният труд се фокусира върху характеристиките на личността, за да бъдат избегнати всички спекулативни теории свързани с възможностите за въздействие чрез музиката и текста.
- Предвид предпоставката, че високото социално положение в музиката не винаги е правопрпорционално на престижа пред публиката, бе отчетено разминаване между представата за престиж в групата на феновете и в обществото като цяло. За да бъде минимализирана възможността от грешки, теоретично групата на феновете, бе определена като, социална група задаваща критериите и формираща границите на престижа в имиджа на рок артистите.
- Бе прието, че музикантите имат възможност да създават или да спомагат за налагането на вече съществуващи норми, ценности и разбирания.
- Авторитетът бе разгледан като вид социален престиж и поради тази причина двете понятия бяха използвани като синоними. Като основни фактори за придобиването на престиж/авторитет при рок музикантите бяха избрани професионалната реализация и личната харизма.
- Завоюването на обществено признание и престиж, разгледано като съзнателно поставена и систематично търсена цел при музикантите, бе посочено като причина за налагането на определена власт и въздействие върху публиката.

2.3.1 Власт

Акцентът поставен върху значението на личната харизма спрямо социалното положение на музикантите, насочи тази част от труда към разбирането на Макс Вебер за властовите ресурси и начините за легитимиране на властта. Съгласно неговите виждания бе прието, че обаянието на рок изпълнителите е неделимо свързано с отричането на традиционната и рационалната власт, както и че тяхното харизматично господство добива още по-голяма сила благодарение на този привиден бунт.

2.3.2 Харизматична власт и легитимност

Понятието харизма е широко прието и често употребявано, но трудно за научно тълкуване, тъй като винаги наемква за известна доза мистицизъм, вяра и преданост към личността. Поради тази причина за целите на изследването бяха приети няколко важни уточнения свързани с харизматичната власт на артистите:

- На първо място, в сферата на рока обаянието на личността може да окаже въздействие, само когато е в съзвучие с потребностите и нагласите на публиката и в границите, в които аудиторията е готова да го приеме.
- Съгласно виждането, че харизмата обикновено се проявява в отговор на потребността на обществото от нестандартни и героични образци, имиджите в рока бяха посочени като проявление на емоционалната и психическа потребност от бунт и промяна. Привидно или не, за да упражни своята харизматична власт всяка рок звезда трябва да влезе в ролята на аутсайдер, бунтар, различно-мислещ, като по този начин се превърне в стереотипен персонаж.
- Сложната за научно тълкуване същност на харизмата и склонността примерът на харизматичните личности да се приема без разискване, значително приближава образа на музикантите до представата за различните идоли, водачи, божества и герои. Бе отчетено, че страхът като фактор за харизматичната власт на музикантите може да бъде лесно открит, но трябва да бъде разглеждан в малко по-метафоричен смисъл. Доколкото не става въпрос за страха като заплаха от наказание, и мотив за подчинение; а за страха, който загатва, че тези личности не са обикновени. Бе прието, че целенасочено изградената представа за звездите използва мотива за страха в нови измерения, но със същата цел – като основание за легитимиране на властта.

2.3.3 Влияние

Като основен фактор за влиянието на музикантите вече бе изтъкнат техният функционален авторитет. Бе отчетено, че според различните определения авторитетът се припокрива с влиянието и се противопоставя на властта, като условната граница между понятията може да бъде прокарана по линията на принудата. Поради тази причина в изследването, влиянието на музикантите бе разгледано като следствие от функционалния им авторитет, дължащ се на успехите в кариерата им.

Докато харизмата може да гарантира властта им най-вече сред групата на феновете, то авторитет и влиянието на музикантите, произтичащи от таланта и усилената работа, по-лесно се вметват в общоприетите представи за престиж и са признати извън кръга на меломаните.

Образите на рок музикантите са особено интересни защото обединяват тези две величини, действащи в противоположни посоки. Разграничаването на харизматичната власт на изпълнителите и влиянието, което имат като професионалисти е напълно условно и бе избирано само за да очертае различните гледни точки в имиджа им. Те са полубожества в представите на почитателите си, експерти в областта на изкуството и в същото време отрепки за голяма част от обществото.

2.4 Личността носител на социален престиж

Наблюденията направени в предходните части, доведоха до заключението, че рок музикантите попадат в категорията личности, които могат да окажат сериозно влияние в определени обществени кръгове, без да имат категорично призната власт и без да бъдат еднозначно определени като част от елита. Тази особеност доказва, че спорният социален статус е една от най-важните специфики в представата за изпълнителите и насочи труда към търсене на термин, описващ най-точно мястото им в социалната стълбица.

2.4.1 Елит

Преди да бъде обърнато внимание на профила на отделната личност, при изграждането на общия имидж на музикалния стил, бе направен опит да се очертае сумарният образ на групата, към която принадлежат изпълнителите.

- Като най-подходящо, за изследване на мястото на музикантите в обществената йерархия бе избрано разбирането на Вилфредо Парето за плурализма на елитите и теорията за циркулацията на елита.
- Съгласно неговите разбирания личностите обединени в рока бяха отнесени към символния елит, а тяхната роля в обществото бе изследвана във връзка с идеите и чувствата, които символизират.
- Теорията за циркулацията на елита позволи да бъде обяснено защо е възможно музикантите да влязат в кръга на елита, въпреки че идват от нисшите социални слоеве.
- „Ефектът на контакта” бе посочен като причина, позволяваща авторитетът и харизмата на отделни велики изпълнители (дори извън рок стила) да спомогне за влизането на прослойката на музикантите в състава на елита.

2.4.2 Носители на престижа

Причисляването на рок музикантите към символния елит донякъде изясни ролята им в обществото, но в същото време ги постави в една група с личностите от интелектуалните, журналистическите, спортните среди. Спецификата на имиджа им наложи да бъде потърсен термин, който да отрази връзката на престижа с ценностите и нормите, които артистите представят или рушат.

В тази част вниманието се фокусира върху термина „социално престижна личност”, който доста точно отразява основното противоречие в публичната представата за рок изпълнителите – конфликтното отношение на различните социални групи към личността.

Бе отчетено, че имиджът на рок изпълнителите е толкова интересен, защото умишлено сблъсква мненията на различните социални групи и социалният престиж на музикантите може да варира до крайности в зависимост от оценяващите хора. За по-голяма яснота акцентът в изследването бе поставен върху мнението на феновете, като оценяваща група.

2.4.3 Лидерство и музика

За да бъде правилно разчетен образът на рок изпълнителите бяха разгледани и част от механизмите влияещи при социализацията в обществото, сред които специално внимание бе обърнато на лидерство.

- Въпросът до каква степен рок музикантите могат да бъдат считани за лидери, наложи първо да се определят изследваните социални групи. Музикалните фенове бяха дефинирани, като самостоятелна група, която не е реална, защото не се изисква членство в нея, но обединява хора със сходни интереси, близка ценностна система, от различни поколения и общества, със силно изразено чувство за оразличаване от всички останали социални групи. В целия научен труд бе прокарана *ясна граница* между представите на меломаните и на всички други социални групи.
- Въпреки това бе отчетено, че терминът лидер до голяма степен е свързан с начините за регулиране на взаимоотношенията или общата дейност на групата, и поради тази причина понятието не е особено приложимо спрямо феновете.
- Бе отчетено, че музикантите имат съвсем различно влияние в малката социална група. Най-характерните малки групи, в които даден изпълнител може да се наложи като лидер са бандата и екипът. Бе прието, че темата за музикалната група като научен обект, ясно отразяващ механизмите на заемане на лидерска позиция, е подходяща за самостоятелен труд. Поради тази причина проблемът просто бе маркиран, а определението лидер бе прието като свързано с имиджа на отделните артисти, но по-подходящо за друг тип изследвания.

2.4.4 Личност-еталон

В тази част на изследването вниманието бе концентрирано върху въпроса, доколко е приемливо термин с възпитателна обаяреност като личност-еталон, да бъде ползван за изследване на имидж, възплъщаващ твърде крайни норми и спорни ценности.

- Главният фактор, даващ основание понятието да бъде свързано с имиджа на личностите в рока, бе че при налагането на техните образи действат няколко различни социални механизми, които са характерни за създаването на личности - образци като цяло.
- Централно внимание в тази част бе отделено на идентификацията. Бе отчетено, че без да са идеалният пример и модел за успех в обществото, музикантите са безспорен еталон за групи, при които традиционните норми и образци на поведение не работят. Затова сумарният образ на различните рок музиканти бе посочен като възбразяема референтна група за феновете.
- Една ключова особеност на референтите групи и личности позволи свободната употреба на термина личност-еталон. Предвид възможността групата или личността-еталон да служат както за положителна, така и за отрицателна идентификация, бе прието, че терминът личност-еталон може да бъде ползван за музикантите. Техните имиджи могат да бъдат положителен образец за почитателите и в същото време да бъдат отрицателен модел за други групи в обществото. Независимо от „знака“, който се поставя при сравнението, те винаги служат като еталон и критерии.

2.4.5 Знаменитости и звезди

Разгледаните до момента понятия, разкриха различни аспекти от същността на имиджа на рок изпълнителите, но нито едно от тях не обхваща и изясни напълно позицията на музикантите в обществото. Всички термини бяха свързани в някаква степен с личното отношение и мнение на оценяващите групи, което може да бъде крайно противоречиво. Фактор, особено характерен за образите на знаменитостите и звездите.

- В изследването бе изтъкнато, че публиката може да развие така наречените „изкуствени социални връзки“ спрямо публичните личности, които да доведат до отъждествяване, разтоварване, завист и дори омраза към музикантите.
- Този вид противоречиво отношение бе посочено като една от основните причина за популярността на знаменитостите. В изследването бе прието, че знаменитостите са зависими в много по-голяма степен от крайните емоции на публиката, защото при тях няма реални заслуги или умения на базата, на които да се трупа социален престиж.
- Относно имиджа на рок музикантите бе отчетено, че докато знаменитостите трупат известност, благодарение на противоречивите реакции на аудиторията, то при изпълнителите процесът е обърнат – противоречивите реакции към тях често идват като отзвук на кариерата и творчеството им. Факторът, който ги поставя много близко до групата на така наречените „селебритис“ е, че като част от развлекателната индустрия всички са пряко свързани с публичността.
- Съгласно разбирането на Гертруд Линц за публичността, бе прието, че дори поджанровете в рок музиката, които са далеч от комерсиалния успех, трябва да бъдат приети, макар и в ограничен кръг публиката. Нещо повече, бе отчетено, че за налагането на цял стил (или поджанр) е необходимо тази аудитория да е вярна и успехът да не бъде еднократен. За имиджите почиващи на реално, но еднократно професионално постижение в сферата на музиката бе избран терминът „one hit wonders“.

- В настоящия труд бе прокарана граница между популярността, известността и славата. Те бяха разгледани като последователни стъпки от процеса за постигане на успех и обществено признание. В този процес популярността (в смисъла на харесване и добро приемане на определено поведение) е първата стъпка към известността (като етап, в който името на дадена личност е лесно разпознаваемо и предизвиква интерес), която може да доведе до истинската слава, стъпваща на реални постижения и широко признание.
- В изследването бяха търсени примери за музиканти, които са успели да достигнат до този финален етап на славата. Най-интересното в техния случай е, че те достигат до успеха преобръщайки голяма част от условията за популярност и известност. Имиджът на музикантите се опира на всичко, което може да бъде прието като отрицателно поведение в обществото, често и физическата привлекателност е напълно изключена от образите им. Спазването на традиционните нормите и ценностите също е заличено, единственото условие благодарение, на което изпълнителите трупат популярност е младежкото поведение представено като младежки бунт.
- Като двата основни фактора, които позволяват налагането на знаменитостите и звездите бяха изведени туширащата им функция в обществото и нуждата на публиката от нови модели. Предвид тази специфика, бе изтъкнато, че представата за творците, в която е вплетена голяма доза талант и пазарен успех, винаги подхранва мита за социалната мобилност и равните шансове, независимо че се стреми да остане близка до аутсайдерите в обществото и да предложи нови ценности.
- Професионалните успехи на музикантите бяха избрани като основната причина за оразличаването им от знаменитостите. Терминът звезди бе посочен като много по-подходящо определение спрямо представата за изпълнителите. Ключовите представители на рока бяха окачествени като звезди, не само защото имат талант и пазарен успех, но и защото отговарят на необходимост, която никой друг не успява да удовлетвори. Терминът „звезда” бе прието като много точен по отношение на рок музикантите, защото очертава връзката между социалния престиж и почти религиозното преклонение пред дадени личности, издигането в култ и митологизирането им.

2.4.6 Герои, идоли, божества

Ако бъде прието, че около изпълнителите, както и около различните звезди и знаменитости от развлекателната индустрия, се формира своеобразен култ и дори се зараждат корените на „нова религия”, то определения като музикални идоли, рок легенди или богове на китарата, изглеждат най-точни от всички разгледани до момента термини. Имиджът на музикантите, в който са преплетени безброй митове и суевория ги прави много близки до героичните, идеализирани и митологизирани типове. Престижът, професионалните успехи, публичността, лидерските качества и харизмата могат да бъдат отнесени към личностите от различни области, но в музиката и най-вече в рока, отношението на феновете свидетелства за истински култ и дори за фанатизъм. Това е основният фактор, който разграничава рок музикантите от всички други участници в „драмата на елита”. Те съчетават в себе си различни елементи и признаци от образите на героите и божествата, като и в двата случая представата за тях е идеализирана.

Фрагментирането на персоналния идеал на обществото, бе посочено като задължително условие за идеализацията на хората на изкуството, при които оценката на таланта и на личния живот е твърде полюсна. Чрез раздробяването на идеалния образец за успех в обществото, отделни елементи от имидж се адаптират в представата за

редица звезди и стават частично приемливи за голяма част от социума. Благодарение на този факт могат да бъдат създадени идеализирани образи, които без да покриват напълно нормите и стандартите на обществото, все пак могат да бъдат приети и издигнати на висока позиция в социалната стълбица.

Сред различните методи, ползвани в политическата реклама и за създаването на медийни герои, в тази част специално внимание бе обърнато на блестящите неопределености, симулацията на посветеност, преформатирането на различни стереотипи, крайно преувеличените оценки и проявите на статичен психологизъм. Тези похвати бяха ползвани за изследване на стереотипите и митовете, възникващи около рок музикантите.

В труда бе прието, че представата за изпълнителите се опира в различна степен на всички разгледани похвати и ги прави близки както до класическите типове герои, така и до политическите и медийни герои. Бе отчетено, че онова, което ги доближава до идолите и божествата, са своеобразната религия и култ, които се зараждат около всички звезди, а за подобна трансформация на имиджа на дадена личност, изброените методи не могат да бъдат достатъчни.

Обожествяването на образите в рока е много сложен процес, защото религиозните теми и препратки са едно от ядрата на общата представа за стила. Музикантите се оказват не просто част от „култа към известните личности“, но и контрапункт на традиционните религиозни учения. Не са малко спекулациите, а и реалните доказателства за връзка между стила и различни секти. Разглеждането на музиката като своеобразна религия и като част от съвсем реални ереси, са коренно различни проблеми. За целите на изследването бе прието, че рокът може да бъде определен като религия само като: социално интегрираща, противопоставяща се на общоприетите норми и ценности, културна позиция. Поради тази причина вниманието бе фокусирано върху рока като изкуство и като успешно продаван продукт, а връзката му с официалните религии бе разгледана най-вече като находчиво избрано и разработено ядро в цялостния имидж.

В търсене на най-точното определение за изпълнителите, което да обедини специфичния им престиж, звезден статус, религиозен оттенък и да отрази мястото им в обществена йерархия, понятието идоли се очерта, като особено подходящо. Съвкупността от гениална дарба и свръхестествените елементи, осигурява необходимата база за възникването на култ към стила и към изпълнителите, който трудно може да бъде открит в други музикални течения.

Крайният резултат от този процес е създаването на образи, които са издигнати много високо в обществената стълбица и са обичани и мразени години наред. Това е пътят и своеобразната схема за налагането на имидж, който се адаптира многократно за нуждите на отделни изпълнители през годините и винаги остава актуален.

II ГЛАВА

СПЕЦИФИКА НА ИМИДЖА НА РОК МУЗИКАНТИТЕ

В подкрепа на избраните тези и наблюдения, втора глава от труда се фокусира върху наличието на общи и характерни елементи в идеята за рок музиката, които свързват отделните артисти и жанрове и категорично ги диференцират от имиджите на другите публични личности. Като водеща теза в тази част бе прието, че *в наложената представа за стила се използват универсални сюжети, архетипни представи и целенасочено стереотипизирани образи, които са трансформирани многократно, без да са променяни радикално и обособяват общото ядро на имиджите в рока.*

1. РОКЪТ КАТО МУЗИКАЛЕН СТИЛ

Преди да бъде разгледана подробно представата за рока бе обърнато внимание на две от възприетите ограничения при изследването. На тяхна база бе отчетено, че обектът на изследването е *процес, който не може да бъде поставен в ясни и точни граници, за да бъде напълно и изчерпателно проучен.*

1.1 История и поджанрове

Първата стъпка към доказването на основната теза е да бъдат очертани границите, в които от историческа, музикална и имиджова гледна точка може да се говори за общ стил.

По отношение на жанровото развитие бе избран подход, позволяващ разклоненията на стила да бъдат проследени хронологично, за да изпъкнат максимално ясно връзките и промените наложени от всеки нов жанр. Като се има предвид, че основната цел в тази част е да бъдат схематизирани основните елементи и явления, които са от ключово значение за обобщената представа за стила, между отделните жанрове не са поставяни резки граници.

В имиджово отношение като начална точка на изследването бе избрана историята на блус музиканта *Робърт Джонсън*, който според легендата е разменил изстрадала си душа срещу уменията да свири на китара. Бе прието, че от този момент нататък могат да се търсят музикални, митологични и културни елементи, благодарение на които се създава имиджът на рока.

1.1.1 Музикални корени на рока

Основните наблюдения направени в тази част са, че независимо от социалните и културни промени, през които рокът преминава от 60-те години до днес, в основата на битувашата идея за стила могат да бъдат открити фрагменти от преплетените представи за музикантите като цяло, за представителите на класическата музика, джаза, рокендрола и блуса.

1.1.2 Развитие на музиката и жанровете

Чрез сравнителен анализ на повече от десет документални филма и поредици, множество биографични книги и справочна литература, бе разработена историческа справка за възникването и развитието на различните рок жанрове през последните десетилетия. Бе поставен акцент на връзката им със съпътстващите ги политически, икономически, модни, технологични и социо-културни тенденции.

1.2 Особености на музиката

Не на последно място бе отчетено, че имиджите в рока разполагат с един уникален канал за достигане до аудиторията. Въпреки наличието на няколко комуникационни бариери, музикалният текст бе изведен като важен елемент за правилното разчитане на комбинираната представа за личностите и творчеството им.

2. СТЕРЕОТИПИ И РОК МУЗИКА

Втората фаза при доказването на общата идея, свързваща отделните имиджи в целия стил, насочва вниманието към наличието на устойчиви и лесно разпознаваеми групи от стереотипи.

2.1 Перцепция и стереотипизация

За да стане ясно как всички изброени поджанрове, стилове и техните особености се вписват в представата за рок музиката бе нужно първо да се изяснят процесите на перцепция и стереотипизация.

В тази част бе отчетено, че стереотипните представи често почиват на чужда преценка, вместо на преки наблюдения и впечатления за стила, и поради тази причина те могат да бъдат *истинни, непълни или неистинни*. Независимо, в коя от трите категории попадат, стереотипите са изключително важни, защото те очертават някои особености на човешката перцепция, спомагащи за възникването на крайната картина за рока. Склонността на музикантите, мениджърите им и медиите, умишлено да привличат вниманието на публиката към сходни факти и характеристики в отделните имиджи, които получават различна интерпретация при еднаквост на сигнала и независимо от степента на истинност, която носят, се превръщат в добре познати предписания и оценъчни еталони, прави възможно изследването на рока като стил. Благодарение на този подход бе прието, че е по-важно да бъдат очертани сходствата между образите на отделните артисти, отколкото да се търси до колко приемливи и верни са стереотипите за отделните социални групи.

За целта бяха избрани две особености на психичната дейност, благодарение на които могат да бъдат посочени начините за възникване и налагане на стереотипите за рока.

Стремежът на публиката към конкретизация налага да бъдат търсени и посочени *конкретни факти*, обвързани с обобщените представи.

В същото време стремежът към опростяване, позволява от реалните факти, в едно сложно явление, да бъдат отделени няколко *прости признака*, и повторението им да бъде проследено в различните етапи от развитието на историята и идеята за стила.

Бе отчетено, че много често това се осъществява благодарение на „*ехо-ефекта*”, позволяващ да се пренасят внушения от конкретен имидж, към целия стил и „*бутоиния ефект*”, чрез който при задаване на определен стимул се очаква предвидима реакция и отношение от страна на публиката.

2.2 Основни стереотипи в имиджа на рок музикантите

Като заключение на базата на предходните наблюдения, бе прието, че в историята на рока съществуват многократно употребявани и добре познати елементи, натоварени с различно тълкуване и емоционална оценка. Тъй като не всички стереотипи отговарят на това условие, бяха обособени *пет основни групи от стереотипни представи*, които нагледно очертават връзките между имиджите на отделните артисти. Предложените комплекси са: *бунт, отчуждение, агресия, шок и мистика*, като при всеки от тях бе приложен индивидуален изследователски подход.

2.2.1 Бунт

Тази категория бе наречена „блестяща неопределеност” и към нея бяха причислени идеите за *свобода, промяна, революция, недоволство, непокорство и непримиримост*, често асоциирани с рока.

Бунтовната представа работи по два начина за имиджа на артистите. На първо място им отрежда *противоречива социална роля* и на второ, поставя много образи в позицията на *новатори, водачи и идоли*.

Сред конкретните факти и събития водещи до възникването на тази обобщена идея са близките социални условия, в които се зараждат редица поджанрове на рока. Бедността, безизходицата и липсата на перспективи, в коренно различни общества са лесно обединени в неопределената бунтовна нагласа. Разгледана в частност категорията, може да се сведе до бунт срещу обществената система, младежки бунт, религиозен бунт, бунт срещу комерсиализацията, творчески бунт, разкрепостеност или пълен индивидуализъм.

Първичността на тези идеи и нагласи се корени в блуса и рокендрола и до голяма степен е исторически зададена от края на расовата дискриминация в САЩ, която кара

музикалният бизнес да създаде нов продукт, прекриващ много от старите правила и норми. От тази база мениджърите започват съвсем целенасочено да развиват представата за музиката на промяната, като акцентират на различни лични качества и индивидуални постъпки в образите на музикантите.

Бе отчетено, че промените в социалните условия също оказват сериозно въздействие, върху имиджа на стила.

Във визуално отношение, черното кожено яке бе посочено като универсален символ на свободата, а в творческо – бунтът срещу старите жанрове, като движеща сила за развитието на много нови разклонения. Резултатът, е че постепенно бунтът се превръща в очаквано условие и ролево предписание, което може лесно да се адаптира и трансформира, като по този начин дори стилове, които се отричат взаимно, могат да бъдат твърде близки в обществените представи.

На последно място бе прието, че стереотипите за бунта са реално възприети, в резултат на което редица правителствата налагат забрани и ограничения свързани с музиката. Част от причините за подобно отношение е именно славата на рока, като фактор насърчаващ индивидуалната свобода, катализатор на социални проблеми, който може да бъде вреден и опасен за властта. Гледната точка на самите изпълнители по темата е коренно различна и много от тях, виждат в музиката приемлив отдушник на обществото недоволство. И в двата случая недоволството и бунтът са отчетени като ясно разграничим и важен елемент в представата за рока. На ниво стил бе прието, че свързаните с него стереотипи са превърнати в една открито заявена и обобщена ценност, която може лесно да се адаптира към конкретна кауза или проблем.

2.2.2 Отчужденост

В основата на тази група от стереотипи лежи стремежът към оразличаване от социума, но в нея липсва реакционен елемент. За разлика от идеите за бунта, при категорията отчужденост, недоволството не е свързано с желание за промяна на обществото, а за разграничаване от него. Комплексът от представи включва идеите за *различност, изолираност, откъснатост, самота и аутсайдерство*. Основна специфика на имиджите в рока е откритото приемане и утвърждаване на различни характеристики на личността, свързани с отчуждението.

За целта реални факти като липсата на перспективи в биографиите на редица музиканти са маскирани с белезите на „статичния психологизъм” и се трансформирани в историята за неразбраната, но много талантива личност, която неизбежно трябва да стане звезда. По този начин целенасочената борба за слава и обществено признание, остават на заден план и се представят като следствие от стремежа към създаването на вечно изкуство. Благодарение на този мотив, образите на много артисти могат лесно да се впишат в романтичната идея за героя-мъченик, като запазят и изтъкнат стереотипната представа за различността и аутсайдерството.

Като следствие от битоващите идеи за отчуждението, успехът в сферата на рока се приема като нещо, стоящо извън рамките на установения ред. Представен като нещо присъщо на героичните и митични образи, които са свръх надарени и нямат нищо за губене, *успехът се разграничава от социалния престиж*. Реални факти и обстоятелства от индивидуалните съдби на артистите, като бедността и трудностите са открито заявени, превърнати са в начин за идентификация с публиката и постепенно са схематизирани. Дори високият социален стандарт, от който тръгват някои артисти се представя, като нещо жертвано в името на изкуството. По този начин техните образи могат да се впишат в ролевите предписания и да завоюват лоялността на публиката. За сметка на това, редица особености, които са добре приети в представата за известните личности от други сфери, се оказват неработещи по отношение на имиджите в рока.

Възможно е медийното свръхзачитане да урони специфичния престиж на музикантите, също както мащабните успехи водят до обвинения в продажност и комерсиализация. Стереотипите за отчуждението правят представата за рока устойчива, като я разграничават от модните течения. В известен смисъл този комплекс от стереотипи превръща стила в *елитарно изкуство*, което е трудно смилаемо за широката аудитория. Бе отчетено, че този процес е много лесно разграничим в историята и особеностите на алтернативните жанрове.

Шаблонното представяне на личностите в рока като аутсайдери, превръща смяната на социалната роля и придобиването на звезден статус в потенциален риск за имиджа на много артисти. В изследването бе прието, че *желанието за престиж* в сферата на рока, най-често присъства *завоалирано*, както и че обикновено не е ясно осъзната цел за самите изпълнители, но въпреки това е факт. В този случай историята за личността, която трябва да бъде звезда, защото не може да бъде нищо друго, почти идеално тушира конфликта в образите на много успели творци и примирява образа на аутсайдер и звезда.

Колкото по-категорично са заявени отчуждението и различността в конкретния имидж, толкова по-трудно е изкачването на дадения артист в социалната стълбица, и толкова по-крехък е публичният му образ при някои неизбежни промени на социалната роля. Бе отчетено, че съществуването на подобни рискове на индивидуално равнище, не спира индустрията, постоянно да търси нови личности, които да се впишат в познатата схема за стила.

2.2.3 Агресия

В категорията попадат едни от най-известните и най-спорни представи, свързани с образите на рок музикантите, които никога не са били научно систематизирани. Целта на тези част бе да очертае някои важни подходи и научни полета в тази проблемна област, без да се стреми да ги реши.

Този подход е необходим, не само защото в идеята за рока се преплитат крайни и противоречиви емоционални оценки, но и защото в избраната категория стереотипи попадат твърде различни и неправилно смесвани понятия и проблеми, всяко от които е достоен обект за самостоятелно изследване. Често агресията в рока се прелита и обобщава с темите за *силата*, *моцта*, но също така и с идеите за *насилието*, *антисоциалното поведение*, *войната* и *разрухата*.

Поради тези причини в изследването е прието, че избраният комплекс от стереотипи в имиджите на музикантите може да бъде разглеждан по две главни оси. На първо място той може да бъде свързан с *теориите за човешката агресивност*, които могат да бъдат отнесени към актове на реална физическа агресия, по време на концерти, в личния живот на музикантите или в поведението на публиката. Подобни конкретни примери са абсорбирани в имиджа на стила, без да се твърди, че са предварително или умишлено заложени в него.

Втората гледна точка, предлага рокът да бъде разглеждан, чрез някои основни подходи за изучаване на *ефектите от медийното отразяване на насилието*. В тази светлина стилът може да бъде изследван като изкуство и специфичен вид медийно съдържание, а идеята за агресията да бъде търсена в имената на групите, в рекламните им материали, в обективните характеристики на музиката като бързина, заряд, ритъм, теми и сюжети. За разлика от медийните ефекти на телевизионното насилие, ефектите на рока са научно неразработено поле, което в същото време предизвиква обществени вълнения, стигащи до съдебни процеси.

Мащабните обществени противоречия свързани с агресивната представа за рока и изпълнителите му, са плод на прелитането на избраните две оси и на редица исторически събития и факти.

- По отношение на *реалната човешка агресия*, в труда бе обърнато специално внимание на теориите за заучаване на агресивно поведение, които очертават риска, пълният с ексцесии живот на много музиканти да повлияе на моделите на поведение на публиката. Бе отчетено, че именно подобни възгледи, често са ползвани като аргумент срещу имиджа на известните изпълнители.

Теориите свързващи човешката агресия с наличието на определени фрустрации, бяха избрани като начин да се обясни възникването на стереотипите свързани не само с агресията, но и с отчуждението.

Реалните факти и събития налагащи асоциациите между рока и агресивното поведение бяха разделени в няколко групи.

Първата група събития са примери взети от личния живот и изблиците на агресия от страна на самите музиканти, като тук бе направена важната уговорка, че това са характеристики на конкретната личност, с които имидж стратегите са принудени да се съобразят и да работят, а не заложен цел. Въпреки това, известността на музикантите гарантира неминуемия медиен интерес и ги превръща в познат и дори очакван шаблон.

Друга група от събития, водещи към агресивната представа за рока е *сценичното поведение на артистите*, което е по-пряко свързано с умишлено създадената обществена представа за тях. Тъжните факти свидетелстват, че открито заявената агресивна същност на музиката, води до редица концерти, завършващи със сериозни разрушения и дори смъртни случаи, сред публиката и сред самите изпълнители. Подобни трагедии лежат в основата на редица забрани и дела срещу артистите. Въпреки че при много инциденти вината е търсена в слабия контрол на огромните тълпи и лошата организация, те все пак оказват сериозно въздействие върху представата за стила.

- Втората ос в изследваната категория, е свързана с *медийните ефекти* на насилието в телевизията и киното. Като се има предвид, че тези сфери са сериозен източник на вдъхновение за рок артистите, както и че музиката има не по-малка сила да транслира послания, то ефектът на рока задължително трябва да бъде изследван и от тази гледна точка. В това научно поле могат да бъдат разграничени няколко основни проблема, свързани с част от известните научни теории и изследвания, както и с крайните тълкувания на имиджа на артистите.

На първо място бе очертана възможността рокът да бъде разгледан като изкуство, представящо агресията и *насилието по несериозен начин*, а основните контрааргументи в това отношение са изказванията на самите музиканти.

На второ място бе отчетено наличието на обществен страх от възможността възприемането на музиката да доведе до определени *изменения в поведението на публиката*. Именно подобен възглед стои в основата на теориите, че стилът може да бъде ползван като средство и дори като оръжие за промяна на ценностната система и поведението на аудиторията.

Следващият интересен проблем е свързан с вероятността от намаляване на чувствителността към определени теми, при превръщането на *насилието в продаваем продукт*. Бе отчетено, че единствено изработването на мащабен и подробен контент анализ на текстовете на рок песните, може да даде реална представа по какви начини е представена агресията в рока. Именно тук съществува най-голяма опасност апелите за силата и мощта да се смесят с апелите за насилието и агресията. Без анализ на съдържанието остава нерешен въпросът дали стилът изостря чувствителността на публиката към подобни теми или има противоположен ефект и притъпява емоциите по

темета. Големият времеви период и разноликата публика, правят задачата изключително мащабна и трудна.

Почти същата проблематична област е свързана с въпроса до колко рокът култивира нова реалност и *нови ценности*, провокирайки публиката, агресивно да се бунтува срещу съществуващите.

Последната анализирана гледна точка е пряко свързана с най-конспиративните и спорни обвинения срещу рока, като средство за масово промиване на мозъците. Много дела и обществени дебати представят стила като опасно явление, водещо до реални прояви на агресия и автоагресия. Най-интересното при част от нападките е, че те не са свързани с личния пример на артистите, а с хипнотичния ефект на звука и текста. Бе отчетено, че в този случай не става въпрос за промяна на ценностната система, а по-скоро за *подсъзнателно въздействие*. Медийните сензации свързани с темата, превръщат проблема в изключително устойчив елемент от представата за много изпълнители и жанрове. Опитите на индустрията да извлече максимална маркетингова полза от ситуацията, допълнително акцентират върху проблема. В резултат, възможността рокът да предизвиква агресивно поведение става толкова реално приета, че дори са правени военни опити с музиката.

Като контрааргумент на тази идея бяха избрани, на първо място три *бариири при възприемането* на текста и музиката. На второ място бе отчетено, че винаги трябва да бъде взето под внимание *въздействието на социалната среда*, което не позволява публиката да бъде представена като безпомощна мишена.

На фона на всички спорове, самите музиканти предлагат съвсем различна гледна точка към ефекта на музиката върху публиката. В изказванията на много артисти рокът е определен като *социален отдушник* и дори регулатор на стаената агресия, като шокова терапия с разтоварваща функция, която вдъхва сили за борба и живот.

Очертаните проблеми засягат различни гледни точки спрямо агресивната представа за рока, единственият категоричен извод, който може да бъде направен от тях е, че тази категория от стереотипи е особено характерна и открито заявена при голям процент от представителите на стила. Различните публики и въображението на отделните реципиенти бяха определени като ключовия фактор, който формира противоречивата представа и насочва вниманието към множеството нерешени научни проблеми.

2.2.4 Шок

Стереотипите в категорията на шока обхващат *скандалната, страховита, стряскаща и противоречива слава* на стила. Като се има предвид, че шокът е елемент, присъщ на звездите и знаменитостите като цяло, бе прието, че този комплекс от представи има специфично тълкуване, само когато работи *в комбинация с другите шаблонни идеи за рока*. Поради тази причина шокът бе определен като свързваща категория. Бе отчетено, че това е *целенасочено разработено клише*, при което обстоятелствата, личните качества и социалните условия са от второстепенно значение. За налагането на този комплекс, като най-важни бяха посочени усилията на самите музиканти и мениджърите им.

Историята на рока показва, че идеята за шокиращата същност на рока се развива в няколко основни посоки. На първо място тя е пряко свързана с *театралния елемент в сценичното представяне* на артистите и може да варира от изумителна пищност до новаторска употреба на подръчни материали. За целта е особено важно да бъде задействан „ефектът на първичността”, благодарение на който всяка нестандартна изява да се превърне от скандал в основа за имиджа на дадения артист. Ефектът на първичността позволява шокиращата визия, костюми и реквизит да заемат важна роля в представата за даден жанр, група, изпълнител и по-късно да бъдат доразвити от новите

представители на същото направление. Бе отчетено, че не са малко и случаите, в които музикантите дълго и целенасочено експериментират с шока, разчитайки, че „ефектът на новостта” може да трансформира имиджа им в подходящия момент.

Като особено интересен елемент от сценичното представяне и строго специфична черта от имиджа на музикантите, бяха определени *маските*. Пълното скриване на идентичността на артиста е похват, който може да бъде многократно наблюдаван в историята на рока и рядко в други музикални стилове. Маските са натоварени с две много важни функции по отношение на публичната представа за изпълнителите.

На първо място те осигуряват точната дистанция между публиката и артиста, гарантирайки тайнствеността на образа. Освен, че оразличава изпълнителите, този уникален похват позволява вниманието на публиката да бъде насочено към героя и идеята, която въплъщава, като реалната личност, творецът и дори музикалният продукт останат на заден план.

Втората функция, с която могат да бъдат натоварени маските е да позволят на аудиторията да се идентифицира с музикантите. В изследването бе прието, че точната дистанция изисква да бъде създадена близост между аудиторията и артиста. Маските позволяват акцентът върху дадена идея или проблем да стане водещ в имиджа на изпълнителите. По този начин артистът се превръща в част от публиката, в образ, с който всеки фен може да се идентифицира. В заключение бе прието, че маските са идеалното средство за представяне на музикантите като нещо уникално и в същото време безкрайно близко до публиката. Като основен риск, от този подход бе посочено изострянето на медийното и обществено любопитство към личността зад маската, което може сериозно да разклати имиджа, при разбулването на тайната самоличност.

Настрана от различните елементи от сценичното представяне, в изследването бяха дадени и примери, при които шокът може да бъде заложен на ниво текст в *творчеството* на музикантите; в непристойния език на песните и в публичните изказвания; в нетипичните, плашещи и странни теми, използвани в музиката; в екстравагантната визия на албумите и на самите артисти; както и в широко отразените скандали свързани с *личния живот* на изпълнителите.

Като най-важно условие за създаването на скандалния имидж на рок музикантите бе определена *публичността*. Непредвидените събития или събитията представени като случайни и спонтанни, са често ползван елемент в много персонални имиджи в сферата на рока. Изборът на правилния момент и точната аудитория са особено важни, за привличането на публичното внимание. Подхранващи страховитата и шокираща представа за музикантите, подобни събития имат най-голямо въздействие, когато предизвикат медийни сензации. Освен, че приковават обществения интерес, скандалните прояви на артистите обикновено водят и до повишаване на продажбите на музикалните продукти. Поради тази причина изпълнителите постоянно се опитват да надхвърлят познатите граници на шока, а в публиката се създава очакването рок звездите да се движат по ръба на обществения скандал. Резултатът е превръщането на стереотипите свързани със скандала в ролево предписание за артистите, а очакването на публиката да бъде изненадана – във все по-трудно изпълнимо условие за успешна музикална кариера.

2.2.5 Мистика

Тайнствените, окултни и дори антирелигиозни представи свързани с музикантите бяха посочени като една от *най-важните връзки* между имиджите на отделните артисти и жанрове. В изследването бе прието, че въпреки *спекулативната и съмнителна същност* на голяма част от стереотипите в тази категория, те са *свързани с реални факти и събития*, което позволява да се твърди, че *възникването им е исторично* в

своята същност. В изследването са търсени факторите, водещи до налагането на този тип представи, без да се навлиза подробно в проблема за истинността им.

По отношение на връзката между мистиката и рока бе отчетено, че корените на този възглед могат да бъдат проследени до тайнствената представа за личността изпълняваща музика при древните ритуали и практики. Бяха разгледани и примери доказващи, че много публични образи от различни сфери използват тайнствеността, като диференциращ фактор в имиджа си. Като най-пряко свързани с идеята за рока бяха посочени различни персонални образци от класическата музика и блуса, чрез които стереотипите свързани с мистиката се превръщат в схема, която по-късно е разработена от рока енд рола. Скандалният живот и сценично представяне, трагичните и неизяснени обстоятелства около съдбата на много известни рок енд рол музиканти са елементи, които се вписват идеално в представите наложени от блуса и класическата музиката, а съвкупността от тях дава *историческите корени* на мистичната представа за рока.

Теоретично бе прието, че двете основни линии, по които се развива избраната категория стереотипи са: *тайнственият ореол* свързан с всяко изкуство и сблъсъкът на рока с *официалните религии*. Анализът на историята на рока доказва, че често е невъзможно да се прокара точна граница между тези представи и те се преплитат в едно неясно обобщение.

- Като жанр, при който мистичните стереотипи за музиката се използват целенасочено и прерастват във *водеща характеристика* от имиджите на артистите, бе избран метълът. Това разклонение на рока разработва *няколко важни елемента*, които оказват сериозно въздействие върху представата за другите жанрове и за целия стил. Всичко загадъчно и плашещо при метъла се превръща в творческа ценност, което позволява включване в имиджа на музиката на много устойчиви мистични представи. Употребата на забраненото от църквата съзвучие, черният цвят доминиращ в облеклото на изпълнителите, невербалният знак-символ на жанра, действащи в синхрон с обществения интерес към всичко тайнствено и окултно, породен от бума на филми и книги на ужасите, окултни учения и действителни трагедии, позволяват да се задейства „бутонният ефект” и мистичните асоциации да стана изключително устойчива част от имиджа на стила. Резултатът е изострено обществено внимание към музиката, крайни реакции стигащи до горене на записи, забрани на концерти и съдебни дела. Събития, в които много изпълнители откриват не реални мотиви, а опити обществото да си намери изкупителна жертва. Реалното приемане на окултната идея за музика, прави определянето на мистиката като творчески принцип много трудно, защото тя става водещ елемент от имиджа на артистите. Образите им директно се свързват с имената и ученията на различни окултисти, а като доказателства за тази връзка се ползват интервюта, тестове на песни и визуални елементи от албумите. Въпреки че някои музиканти открито заявяват интереса си към окултните теми, те по-рядко говорят за тях като култ. По отношение на стереотипите този факт е без съществено значение, защото самото наличие на подобни връзки утвърждава работещите клишета и устойчивите мистични асоциации.

Едно от най-специфичните проявления на избрания комплекс от стереотипи е истерията породена от търсенето на *скрити послания* в музиката. Бе отчетено, че масовите вълнения са свързани не само със съществуващите представи за музиката, но и с интереса към подсъзнателната реклама през 50-те години в САЩ. Практически същият феномен в сферата на рока става известен като скрити послания и обърнати съобщения, като акцентът пада не върху рекламното, а върху окултното съдържание. Историческите факти свидетелстват, че съществуват технически похвати, позволяващи звукът да бъде деформиран, така че да е разбираем пуснат на обратно. Обвиненията срещу различни изпълнители твърдят, че подобно съдържание може да доведе до

непредвидени и трагични реакции от страна на публиката. В изследването бе отчетено наличието на *три бариери*, които ограничават въздействието на подобни съобщения. Те бяха определени като: *генерационна; културна; езикова*. Причините за изостреното внимание са, че въпреки бариерите и категоричното отхвърляне на подобни нападки от много артисти, друга част от изпълнителите се отпиват да извлекат *максимална маркетингова полза* от ситуацията, като умишлено експериментират и преекспонирани твърденията. Стигащите до съдебни искове противоречия, предизвикват истинска медийна сензация и въпреки че не издържат в съда се превръщат в едно от най-разпространените клишета, свързващо различни изпълнители и жанрове. Краят на истерията настъпва благодарение на „джаминг ефекта”, при който публиката в даден момент се пренасища от постоянното внимание към темата, а редица музиканти реагират с насмешка и започват да представят обвиненията като незначителни факти. Независимо от това „скритите съобщения” бяха определени като едно от най-мощни следствия от натрупването на тайнствени елементи в образите на много рок изпълнители.

Личният живот на музикантите също бе посочен като фактор, активиращ устойчивите мистични представи за стила. Бе отчетено, че е възможно личите интереси на артистите да намерят отражение в творчеството им, както и обратният вариант – привидно случайно избрани теми от творчеството да бъдат ползвани като обяснение и доказателство за странните житейски събития. Така се оформя един устойчив конгломерат от представи, позволяващ стереотипите да работят на различни нива. Дори и да са неистинни, наличието на подобни представи свидетелства за сливането на публичния образ на твореца с действителната личност и изкуството.

- По отношение на втората главна линия, която директно сблъсква *рока с религията*, връзката личност – публичност – творчество също е от водещо значение. Бе отчетено, че *на творческо ниво* рокът често потъква и преобръща познати ценности и норми, опира се на свръхестествени теми, идеи и персонификации, засяга проблемите за духовното и материалното, което дава идеална основа за възникването на едно почти религиозно отношение към музиката. В допълнение към това, фактът че стилът не е популярен и лесно смилаемо изкуство, създава и усещането за посветеност у публиката. Началната стъпка към този процес е употребата на различни религиозни теми и символи, които могат да бъдат подложени на съмнение, принизени, осмислени или преформатирани. Втората крачка е преобръщането на емоционалната стойност на критериите за добро и зло. Третата стъпка е предлагането на алтернатива, обикновено акцентираща на бляскави неопределености като свободата и индивидуализма. Не всички изпълнители и жанрове минават през трите етапа и голяма част от музикантите се опитват да поставят граница между творческите и личните си възгледи.

В други случаи може да бъде наблюдавано пълно *сливане на* представите носени от изкуството, личните възгледи и публичния образ на музиканта. Като най-крайно проявление на този модел бяха посочени някои представители на блек метъл жанра. Стереотипите свързани с мистиката и рока стигат до нови граници при това разклонение. Те се опират на стабилния конгломерат от тайнствени представи натрупан през годините, на ужасяващи събития свързани с персоналните характеристики на определени личности, на широкото медийно и обществено внимание, на желанието сензацията да бъде използвана за маркетингови цели, на социо-културните особености на момента, на религиозните настроения и вълнения, както и на факта, че ако музикантите отхвърлят съществуващите стереотипи, това може да бъде пагубно за имиджа им. Резултатът е почти пълно заличаване на границата между обществените представи и действителността и прерастването на сблъсъка между църквата и музиката в *реални и ужасяващи събития*. Бе отчетено, че това крайно проявление на

тайнствените стереотипи за рока все пак не е финален етап от развитието на представата за стила. При много нови банди, конфликтът присъства като удобно и работещо клише без да излиза извън контрол.

В заключение бе прието, че мистичните стереотипи обхващат пълната гама тръгваща от хумор и стигаща до противообществени прояви, зад тях стоят противоречиви лични и търговски мотиви, представите присъстват твърде дълго в общественото съзнание и медийното пространство, поради което са превърнати в клише, което е по-лесно да бъде прието, отколкото да бъде отречено.

Избраните категории от стереотипи *не присъстват едновременно* в имиджа на всички жанрове и изпълнители, но *наличието на част от тях е задължително* условие за всички представители на стила.

3. МИТОВЕ И РОК МУЗИКА

Второто основно доказателство за наличието на обща представа свързваща отделните разклонения на рока са *митовете*. Те са една от най-интересните особености на целия стил по две основни причини. На първо място честата употреба на различни митични теми, образи и сюжети *в творчеството* на отделните артисти оказва сериозно въздействие върху идеята за рока. На второ място, темите и вярванията заявени на творческо ниво, могат лесно да се абсорбират и впишат *в публичните образи* на музикантите.

3.1 Мит: дефиниции, функции, особености и класификации

За да бъдат избегнати теоретичните неточности бе прието, че съществува разлика между актуализация на древни митове, често използвана на творческо равнище и продукцията на модерни митове, които възникват около личностите в рока, използват древни мотиви, но са плод на културно развитите общества.

Бе отчетено, че съществуват твърде противоречиви изследователски подходи относно същността и функциите на митовете, като нито един от тях не може да бъде директно зает в сферата на рока, защото в стила често се ползва вторичната интерпретация на древни митични елементи, наложена от киното, телевизията, литературата, политиката и т.н. Вследствие на този факт, съществува риск понятието мит да получи твърде широка и неясна дефиниция и под мит да се разбира семиолгична система, разказ за свръхестествени събития или дори конкретна личност. За да бъде избегнато смесването на разбиранията за древните и модерните митове, както и за противоречивите им функции, бе прието че рокът използва древните митологии, като в същото време се превръща в неделима част от съвременните митове. Като се има предвид, че древните предания и разкази, рядко са използвани в оригиналния си вариант, бе отчетено, че е теоретично най-правилно да се търсят *митични фрагменти* или познати митеми, които са културно, медийно и бизнес моделирани и натоварени с редица устойчиви асоциации.

Причината за честата употреба на митични елементи в имиджите на музикантите е пряко свързана с мистичните стереотипи и е една от най-лесно откриваемите спойки в цялостната представа за стила. Тайнственият и бунтарски имидж на рока се гради върху противопоставянето и сплотява на принципа на отричането, но за целта са му необходими познати елементи. Древните предания, религиозните разкази и модерните митове са изключително удобно средство за постигането на тази цел.

На базата на част от основните подходи за изучаване на функциите на древните митовете, като особено важни за настоящия труд бяха посочени култово-обрядните, етиологическите и религиозните митове.

По отношение на модерните митове бе отчетена огромната роля на основополагащите за западната цивилизация митове за труда, прогреса и щастието, при формирането на идеята за рока. Очевидно отречени на творческо равнище, те са частично потвърдени от професионалните успехи на звездите. Индиректно, известните представители на стила поддържат вярата в равните социални шансове и прогресът, но в същото време категорично отхвърлят значението на труда и щастието. Това отрицание поставя основата на модерните рок митове „за нас и тях“, както и на част от хероичните митове в стила, като тези идеи са фрагментират и развиват в различни инварианти.

Независимо, че представата за рока бе определена като част от историята и от фундаменталните митове на западната цивилизация, бе отчетено, че рокът създава и няколко популярни разказа за свръхестествени събития, които са доста близки до класическите определения за мита.

На базата на всички разгледани подходи и дефиниции, бяха очертани множество неразработени изследователски полета, различни гледни точки и противоречиви изводи за връзката между музиката и мита. За да бъдат избегнати теоретичните неточности в труда бяха обособени две основни категории митове.

- Първата категория бе наречена „*митове в рока*” и в нея бяха поставени всички познати фрагменти използвани в творчеството на артистите. Този тип митове обхваща древните предания и фолклор, религиозните учения и модерните митове, родени от различните форми на изкуството. Те бяха определени като съвкупност от елементи от модерни и класически митове, поставени в нов културен контекст и даващи идеална основа за мистичните стереотипи свързани със стила.

- Втората категория бе наречена „*митове за рока*”. Бе прието, че това са модерни митове, носещи белезите на древни предания, възникващи на базата на познати митеми, огледани в житейския път на музикантите. Те са разкази за необясними и свръхестествени събития, познати сред различни социални групи и общества. Натоварени са с функцията да сплотяват меломаните, да предлагат идентичност за феновете и за новите поколения музиканти, да задават точната дистанция между публиката и артистите, да разказват и обясняват съдбата на изпълнителите, както и противоречивата им социална роля.

3.2. Митове за рока

На базата на избраната дефиниция бе отчетено, че не всички слухове и легендарни разкази от историята на стила могат да бъдат определени като митове за рока. Бе прието, че съществуват два основополагащи и взаимно зависими мита наречени: „Тайнствената сделка” и „Клуб 27”. Освен, че възникват на базата на прецеденти от съдбите на някои от най-известните музиканти, тези разкази актуализират древни митеми, създават нови инварианти, повлияни са сериозно от намесата на звукозаписната индустрия и медиите, нямат автор и са колективни вярвания, свързващи миналото с настоящето и всеки жанр с останалите.

- „Тайнствата сделка”

Идеята на мистичната сделка се завърта около замяната на душата за нещо недостижимо. Съществуват редица митемни разклонения и инварианти на това вярване, използвани многократно в литературата, киното и телевизията. Общите елементи при всички тях са наличието на зли сили с различен облик, ритуалът на договарянето и заветната цел. Разказът се радва на широка популярност и може да бъде открит в разнообразни сфери, като приложението му минава през пълния цикъл *от реално вярване, през творческа репрезентация до пълна шега*. В историята на рока отделни елементи от мита започват да се преплитат и наслагват още от блус наследството на стила, като за първи път разказът придобива завършен вариант в

легендарната съдба на *Робърт Джонсън*. Неговата история утвърждава някои основни елемента, като бедния и отчаян музикант, вечния стремеж към ненадмината дарба и слава и митичния кръстопът, на който се сключва тайнствената сделка.

Според функциите, с които е натоварен, този мит може да бъде определен като култово-обяден, защото по един странен начин обяснява как се става рок музикант. Чрез него трудът се отхвърля като ценност, а умението и дарбата идват по свръхестествен път, при това от злите сили. В този смисъл, за да бъде посветена в ролята на рок музикант, личността трябва да отхвърли правилата и трудолюбието и да избере пътя на бунта. От този мит се заражда романтичната идея за *изкачването в социалната йерархия като вид неподчинение*, която по-късно се превръща в стереотипна представа и ролево предписание за рок изпълнителите. В същото време този мит гарантира точната дистанция между твореца и публиката, представя артиста като неделима част от тълпата, но и като недостижима фигура.

Митът рядко се ползва в толкова чист и цялостен вариант, в изследването бе отчетен само един пример, при който историята може да бъде разгърната в относително завършен вид. Много по-често митът присъства като отделна схема и мотив в стереотипите свързани с артистите. В същото време дори самото споменаване на „тайнствената сделка“ е достатъчно условие музикантите да си гарантират медийното внимание, без да им се налага да използват цялата история. Битуването на митемата за страховитата сделка в сферата на рока и поредица от нещастни събития дават началото на втория основополагащ мит за стила.

- „Клуб 27”

След като тайнственият живот на *Робърт Джонсън* завършва точно на 27 години, ядрото на идеята за „клуба” е вече изградено. Митичният клуб свързва всички музиканти от *Джонсън* до днес, загинали по нелеп и необясним начин, на същата възраст.

Връзката между двете митеми не е изградена само благодарение на числото 27, но и на общите им функции по отношение на представата за стила. От сделката със свръхестествените сили следва, че успехът в сферата на рока е резултат от личния избор на музикантите и до него се достига по неприемливи начини. Преданието за клуба пък разказва, че *заветният успех и слава, нямат голяма стойност и рядко водят до щастие*. По този начин митът решава водещия конфликт в имиджа на рок звездите като *съвместява публичния успех с аутсайдерството*. За целта разказът за „клуб 27” се опира на един от инвариантите на митемата за „тайнствената сделка”, според който цената на успеха изисква да бъдат отнети и част от земните години на музиканта. По този начин клубът се превръща в етиологически мит, който преподрежда представата за света и представя трагичната загуба на млади таланти като легендарен финал.

Една от разновидностите на мита е свързана с историите на много холивудски и музикални звезди, които живеят бързо и лудо, като в резултат загиват млади. В този случай *точната възраст не е спасена*, но около трагедиите винаги има голяма доза неясноти и редица слухове, които често превръщат живота на звездите в хероичен мит. Без да се опират на тайнственото число 27, тези митове изпълняват абсолютно същите функции.

В случаите, при които може да бъде открито и *съвпадението с годините* митът може да се развие в цялостен вариант. Класическият разказ твърди, че това е проклетие свързано с числото 27, а модерният мит се фокусира върху бунта на младостта и различността срещу социалния порядък. Комбинацията от двете разновидности на митемата създават вярването и очакването, че рок звездите живеят бързо и често загиват млади.

Митът за трагичната загуба на млади таланти намира благоприятна почва в живота на музикантите, подхранен от наркотици, алкохол и авантюри, които улесняват събдването му. Стереотипното вярване, че всички рок артисти могат да попаднат в този шаблон, в даден момент се превръща в дразнещо клише, от което изпълнителите се стремят да се разграничат. Митът за клуба въвежда числото 27 като част от тайнствената сделка и по този начин измества фокуса на вниманието от фактори като психичното и физическо състояние на звездите, злополучното стечение на обстоятелствата към таланта и различността. Причина за устойчивостта и популярността на преданието е не само желанието на публиката да запомни артистите като вечно млади и непримирими личности, но и редица реални събития. За краткия период от две години, от 1969 г. до 1971 г., обозначен от точна дата, загиват пет от най-известните рок музиканти на епохата, точно на 27 години. *Концентрирания времев отрязък и лесно разграничимите повтарящи се елементи* в трагичните събития, приковават вниманието на обществото и на медиите, като правят митът лесно разпознаваем и легитимен. Емблематичните имена около, които са завърта историята дават идеалното основание различни жанрове и изпълнители да бъдат обединени в известната митична схема.

В изследването бе отчетено, че целта на този мит не е да бъдат създадени образи на герои-мъченици, а на легендарни персонажи, стоящи извън рамките на обществената система и всичките ѝ правила. Преданието е актуално и до днес и е едно от най-ярките свидетелства за наличието на целенасочено стереотипизирани представи, които никога не се променят радикално и се употребяват многократно в историята на рока. Този мит наред с разказа за „тайнствената сделка“ и очертаните категории от стереотипи бяха приети като основните елементи лежащи в обобщената идея за рок музикантите през годините.

III ГЛАВА

ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ В СФЕРАТА НА РОК МУЗИКАТА

Последната глава на изследването е посветена на начините, по които битуващите представи могат да бъдат превърнати в успешен маркетингов и имиджов продукт.

1. МУЗИКА И МАРКЕТИНГ

В тази част бе обърнато внимание на връзката между *публичните образи* на изпълнителите и *маркетинга* в музикалния бранш, на правилата, които звукозаписният бизнес налага върху начините за изграждани на персонални имиджи.

- На първо място бе посочено, че независимо от теоретичното разграничаване на личността, творчеството и стоката в представата за рока, на музикалния пазар тези имиджи са обединени. Като елементи от едни *завършен музикален продукт* на вниманието на публиката обикновено се представя комбинация от нематериално изкуство, физическа стока, медийно съдържание и персонален имидж.
- На второ място бе прието, че битуването на разгледаните групи от стереотипи, подготвя публиката да се сблъска с *некомерсиална, трудно смилаема музика*, насочена към сравнително ограничен пазарен сегмент. Тази особеност, зададена от имиджа на музикантите превръща търговския успех в понятие със спорна стойност и позволява очертаните недостатъци да бъдат превърнати в маркетингови предимства. Реалното доказателство за огромните възможности на този подход са грандиозните турнета и концерти сочещи, че съществуващите представи могат да се превърнат в доходоносна ниша, която е устойчива защото не е модерна.
- На трето място бе отчетено, че независимо от трайността на имиджите в сферата на рока, те са пряко обвързани с промените, които *новите технологии налагат* на

музикалния бизнес, пренасяйки познатата идея в нова търговска и комуникационна среда.

Всичко това налага имиджите да бъдат разгледани като динамични цялости, пряко зависими от особеностите на пазара и завършения продукт.

1.1 Особенности на музикалния продукт

За да бъде изяснено как най-често публичната представа за музикантите са сблъсква или свързва с маркетинговото комуникиране на стоката, бе обърнато внимание на особеностите на музикалния продукт.

Бе отчетено, че като елементи от завършената стока, медийното разпространение на песните, продажбите на записи, билетите за живи изпълнения и мърчандайзингът притежават редица самостоятелни специфики. В същото време създаването на хитов запис и на музикална звезда също предполагат твърде различни комуникативни усилия, като твърде често успешната песен или албум са началната стъпка към налагането на непреходен имидж. В резултат на тези особености музикалните експерти имат твърде различни виждания за зависимостта между публичната представа за личността и създаването на продаван продукт. Бе акцентирано на няколко важни фактора, върху които експертите концентрират вниманието си през последните години.

- На първо място, това е необходимостта от предварително обмислени *стратегии* за придобиването на широка публичност. Фактор, който е пряко свързан с адаптирането на различни модели за създаване и налагане на имиджи в сферата на рока.
- Второто ключово изменение настъпващо през последните години е навлизането на *новите комуникационни канали*, които значително улесняват връзката между творец и публика, като създават желание у феновете първо да видят и чуят материала преди да го закупят. От една страна това е преобръщане на познатите търговски модели, но в същото време бе отчетено, че това може да бъде и аналогия на живите изпълнения и разпространението на музика чрез независими радиа и студиа, при които публиката се среща с музикантите в нелустросан вид. Похват, който е типичен за рок артистите и просто е пренесен във виртуалното пространство.
- Третият фактор, около които се обединяват експертните мнения, е че при успешните имиджи и продукти често се намесва влиянието на трудно обясними елементи като *точния момент, харизмата и дарбата*, които са неподвластни на стратегиите и маркетинговите планове.

Експертите посочват, че успешната комбинация на тези три фактора, може лесно да бъде измерен чрез *продажбите* на албуми. Промените наложени от новите технологии правят този метод все по-ненадежден и именно това изменение бе определено като ключово в настоящия труд.

За да се изясни какви са основните рискове и възможности предложени он-лайн комуникациите и как през годините връзката личност-продукт се променя в имиджов и маркетингов план, бе предложено теоретичното обособяване на четири етапа. В избраните периоди начинът на разпространение и на представяне на музикантите се променя радикално. Те бяха разделени на: *етап на кафявите хартиени опаковки*; *етап на грамофонните плочи и илюстрованите обложки*; *етап на музикалните телевизии и дисковете*; и последният етап на *он-лайн комуникациите*.

Настоящият четвърти етап от разпространението и представянето на завършения музикален продукт е обусловен от новите технологии. Като преки последствия от този етап бяха определени непрестанните спорове около начините за разпространение и търговия с музика, притесненията относно необходимостта от физически продукти и новите пътища за комуникация с аудиторията. Бе отчетено, че звукозаписната индустрия открива в он-лайн комуникациите заплаха за разпространението на музиката

като материална стока, което би означавало не само бързина, удобство или съкращаване на производствените разходи, но и радикална промяна в разбирането за успешен музикален продукт. Като основен проблем в този етап бе посочена липсата на разработена алтернатива, която да обедини емоционалните и ценностни внушения на музиката и имиджа на артиста, да ги приведе в завършен и готов вид за продажба и разпространение в дигиталната среда. Песимистичните прогнози твърдят, че привързаността към продукта и начините за диференциране на артистите намаляват и това може да унифицира музикалната сцена. Оптимистичните виждания се концентрират около възможностите, благодарение на он-лайн комуникациите, иновативните и атрактивни творци да се освободят от правилата на бизнеса. На базата на очертаните противоречия единственият категоричен извод, който бе направен в изследването е, че *харизматичните личности и уметото им публично представяне* заемат все по-голява роля при създаването на успешен музикален продукт.

1.2 Личността като част от успешния музикален продукт

Относно ролята на личността като част от музикалния продукт, бе отчетено, че независимо от личните, емоционални, естетически и социо-културни мотиви, които бяха разгледани в първите две глави, в имиджа на рок музикантите са заложили и ясни маркетингови цели – продажба на завършения продукт. В много случаи целите на бизнеса и на самите музиканти се сблъскват в публичната представа за рока, като я правят изключително колоритна и сложна. Това разминаване задава основополагащия конфликт в рок музиката, при който високите продажби и свързаното с тях обществено признание, могат да нарушат връзката между артистите и феновете, като доведат до обвинения в продажност и комерсиализация. Балансът между *изкуство – бизнес* и *харесване – отхвърляне* бе определен като една от най-сложните задачи при изграждането на имиджи в сферата на рока.

Устойчивостта на представата за стила може да се превърне в пречка при адаптирането на познатата идея към *новите пазарни модели*. Развитие на он-лайн комуникациите е едно от най-явните доказателства за зависимостта между дългосрочните продажби и стабилността на имиджа. Няколко публични скандали, свързани с новите начини за разпространение и търговия с музика във виртуалното пространство, бяха посочени като фактори с огромен ефект върху лоялността на аудиторията спрямо имената на популярни рок изпълнители и цялата музикална индустрия.

Търговията и споделянето на музика в интернет бяха определени като два самостоятелни аспекта на дигиталното разпространение, които ясно свидетелстват за необходимостта традиционните подходи да бъдат модифицирани. Устойчивата представа за рока бе окачествена като стабилна основа, спрямо която бизнесът трябва да се адаптира и да се приспособи към новите комуникационни правила.

2. МОДЕЛИ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА ИМИДЖ В СФЕРАТА НА РОКА

В изследването бе отчетено, че създаването на рок звезда е сложна задача, при която имиджът на личността, маркетинговите цели на индустрията и обществените норми са пряко свързани, но и обикновено са в пълно противоречие помежду си. Личностите в рока трябва да притежават част от характеристиките на успешните търговски марки, да изпълняват твърде противоречива социална роля, която ги диференцира от всички други звезди и социално престижни личности. Поради тази причина бе прието, че директното заемане на модели за създаване и налагане на публични образи от сфери като културата, политиката, рекламата, спорта и изкуството не е възможно. Вместо това е наложително те да бъдат адаптирани и съобразени с цялостната представа за стила.

На базата на предходните изводи в тази част са анализирани два модела, които могат ясно да очертаят спецификата на имиджа на рок звездите.

2.1 Моделиране на трансмедиален имидж

Първият модел, който може да се приложи към имиджите на музикантите е моделът за изграждане на трансмедиален имидж. Той е особено подходящ, защото е приложим както за индивидуални личности/изпълнители, така и за формации/групи, като в същото време може да се използва за нови или за познати обекти. В своя цялостен вариант моделът съдържа шест етапа, които могат да се трансформират и преработят за сферата на рока. Основните очертани специфики, които анализът на избрания модел разкри са:

- *Ограничените възможности за намеса в първите две фази* от моделирането на трансмедиален имидж в сферата на рока, наложени от устойчивата представа за стила през годините. Предвид наличието на добре познатите стереотипи, бе отчетено, че без предварителни проучвания могат да бъдат изведени доста ясни ролеви предписания спрямо образа на рок звездите, а *градирането на потребностите* на аудиторията може да се осъществи най-вече на *локално равнище*, като *идеята за рока се пригоди* към конкретните социални модели.

Бе взето предвид, че много често мениджърите са принудени да *адаптират имиджа* на музиканти, известни в определени среди, за да ги представят на голямата сцена. Поради тази причина личностите в рока рядко се избират предварително като прототипи, те се *„откриват“* и *премоделират*. Както вече бе прието, редица стереотипи са създадени на базата на обективни факти и качества, които са използвани от мениджърите и музикантите, без да са предварително замислени или търсени.

- Като важна особеност при моделирането на имиджи за рок артистите бе посочена *противоречивата границата между предимствата и недостатъците* на имиджовия обект, която силно деформира третата и четвъртата фаза от цялостния модел. Бе прието, че спецификата на стила позволява поставянето на *положителен знак на традиционно отрицателни качества*, като по този начин музикалният продукт отговаря на *потребностите на целевата група* от меломани.

- Въпреки това, бе отчетено че *методите ползвани за позитивно профилиране* на политици, актьори, спортисти и т.н. могат да бъдат приложени при публичните образи на музикантите, макар и с *различен емоционален знак*. Анализираният премер в предходните глави доказаха, че:

Акумулирането на изцяло *положителни референции* в сферата на рока е възможно най-вече по отношение на *функционалния авторитет* и демонстрирането на умения и талант.

Когато признанието идва *от страна на колеги*, то може да бъде представено по *творчески* начин, а не като директна публична похвала. В това отношение като положителни референции могат да бъдат приети съвместни проекти и изяви, позволяващи музикантите да прехвърлят престиж помежду си.

Бе посочено, че общественият престиж на артистите обикновено е обратно пропорционален спрямо лоялността на феновете, а *негативната експертна оценка* може да бъде използвана за позитивно профилиране на имиджовия обект.

Почти същото явление може да бъде наблюдавано и при конфликтната представа за *житетския престиж* на рок звездите. Освен, че скандалният живот на много изпълнители затруднява натрупването на положителна информация, бе отчетено, че ракурсът в имиджа на артистите умишлено избягва този тип данни *за сметка на шока*. Характерна особеност свързана с представата за музикантите бе открита при рок

групите, при които е възможно приятелската, роднинската и експертната оценка да бъдат смесени, когато членовете на бандата представят живота и стила на колегите си.

Положителното *самопредставяне* на музикантите също бе посочено като удобен и лесно приложим вариант. Основната специфика при този метод за позитивно профилиране, наблюдавана в сферата на рока е, че разминаването в автохарактеристиката и медийното ѝ отразяване, може да послужи като идеална основа за привличането на общественото внимание и създаването на скандален имидж.

Пряко свързано с житейския престиж на звездите е представянето им в определени *ситуации*. Предвид характерното акцентирание на събития, които трудно могат да бъдат определени като върхови житейски изяви, бе прието, че ситуацияите са ненатрапчиво средство за утвърждаване на идеите за бунта, непримиримостта и различността в персоналните имиджи на артистите.

Бе отчетено, че *паралелите* с исторически, митични и художествени образи и сюжети е един от най-типичните похвати за разбуждане на устойчиви асоциации в рока. Той може да бъде наблюдаван едновременно на различни равнища в имиджа на артистите от творчеството им, през визията им, сценичните псевдоними и имена на бандите. Наличието на множество архетипни опозиции и изконни човешки проблеми в творчеството на музикантите, позволява образите им да бъдат представени контрастно.

Демонстрирането на *ангажираност към актуални* за дадения период теми и *проблеми*, бе окачествено като *водещ принцип* при формирането на имиджите на артистите. Благодарение на този похват различни музиканти са приети като гласове на цели поколения и носители на определени идеи.

- Възможността много негативни данни, качества и характеристики на музикантите да бъдат използвани за позитивното им профилиране сред групата на меломаните, води до *сливане на третия и четвъртия етап* от моделирането на трансмедиялен имидж.

- Бе отчетено, че по примера на редица знаменитости, рок музикантите често се *възползват от скандалите*, като почти напълно загърбват необходимостта от минимализиране на негативния профил.

Бе направен изводът, че независимо от стремежа на артистите да представят *недостатъците като уникални предимства*, публичните им имиджи често се нуждаят от *частично туширане*, за да балансират между лоялността на феновете и вълненията на широката общественост.

В този вариант могат да бъдат приложени различни тактики. Тук бяха оставени настрана крайните случаи цитирани в предходните части, при които е по-правилно да се говори за реални събития, отколкото за представи. В останалите варианти, бе прието, че рок звездите често прибягват до литота, до пряко осмиване на нападките и слуховете, както и до преекспонирането на скандалите до степен на пълно пренасищане на публичното пространство с тях и превръщането им безинтересни факти.

- В етапа на профилиране на опонента/конкурента бе посочено, че:

Имиджите в сферата на рока могат да се сблъскат с *два типа опоненти*. Като такива бяха определени, на първо място различни *формации, организации и движения*, които се сблъскват с цялостната *идея за стила*. На второ място могат да бъдат поставени *преките конкуренти*, като в тази категория попадат както изпълнителите на други стилове, така и музикантите от същия стил и жанр. Във втория вариант спецификите на стила имат по-малко значение, защото има сблъсък на сходни имиджи също като при близки продукти, политически опоненти и т.н.

Бе отчетено, че в рока рядко се прибягва до старателно и целенасочено проучване на слабостите на конкурента. За сметка на това често се ползва представянето на конкурентите като хора, които не се справят със социална си роля и твърде много се

грижат за имиджа си. Тези похвати могат да бъдат наблюдавани при бунта на новите жанрове спрямо утвърдените имена и при сблъсък с други стилове като диско, поп, рап и т.н., често сочени като твърде модерни и имиджово ориентирани течения.

Съперничеството между отделните изпълнители също води до публично противопоставяне на музикантите и те не се страхуват да използват вече избухнали скандали.

По отношение на този етап бе прието, че предварителното очертаване на негативни характеристики в профила на конкурента не е изключено, но не е задължително условие за налагането на имиджа на рок звездите. Много по-важно при представата за музикантите е *противопоставянето на определени каузи*, идеи, доктрини и ценности, при което може да *липсва ясен опонент*. Този тип сблъсък обикновено се разработва първо на *творческо ниво*, а медиите са вторичен фактор за създаването му.

- В заключителната фаза не бяха отчетени ключови специфики. Бе прието, че по отношение на музикалния продукт е задължително адаптирането на имиджа към *новите технологии*, които променят начините за достигане до публиката, както и отношението към личността и стоката. Както и че контролът на създадения имидж в сферата на рока, изисква постоянно препотвърждаване на връзката между конкретния публичен образ, исторически момент и *цялостната представа за стила*.

- На базата на направените изводи и наблюдения, бе прието, че дори и в непълен вариант и в друга последователност, шестте очертани етапа представят лесно трансформираща се схема за създаване на разпознаваеми публични образи. Спецификата на рока налага редица промени в модела за изграждане на трансмедиялен имидж, като най-ясно тези особености могат да наблюдавани при сливането на фазите за позитивно профилиране и минимализиране на негативния профил на имиджовия обект.

2.2 Системата на звездите

Вторият анализиран модел акцентира на възможността всяка избрана стока да бъде представена като личност, а при рекламната ѝ кампания да се подходи като при създаването на имиджа на звезда. Системата на звездите разработена от Жак Сегела, фокусира вниманието върху три характеристики, изграждащи представата за най-емблематичните личности в световната история. Те са наречени физика, характер и стил и могат лесно да бъдат *причислени към етапа на позитивно профилиране* на прототипа в модела за изграждане на трансмедиялен имидж. Емоционалното и ценностно обогатяване на физиката, характера и стила трябва да е съобразено със спецификата на рока, а наличието им в имиджа на музикантите е толкова важно, колкото при всяка успешна марка или звезда.

• Физика

Съобразно стратегията на звездите първо трябва да бъдат открити всички белези, които правят обекта различен и неповторим. Това могат да бъдат физическите особености на личността или продуктите специфики на стоката. Бе отчетено, че в сферата на рока задачата е още по-сложна защото физиката на музикалния продукт е съвкупност от *„физиката на музиката“* и *„физиката на музиканта“*. Характеристиките на звука и на личността имат равностойно значение за крайната представа. За разкриването им могат да бъдат приложени четирите условия изведени от системата на звездите. В сферата на рока тези изисквания налагат към имиджовия обект да се подходи: с *взискателност*, но задължително маскирана с белезите на статичен психологизъм; с типичното за стила *честно* приемане и заявяване на недостатъците; с *реализъм*, чрез който най-практичните мениджъри успяват да превърнат редица неразбрани и некомерсиални изпълнители в доходоносен бизнес;

както и със *самочувствие*, благодарение на което рокът да бъде представен като музика разкриваща неподозирани възможности за промяна, за бунт и т.н. Всяко от четирите условия допринася за изясняването на характерните особености от физиката на музиката, които в синхрон с характеристиките на отделните изпълнители изграждат цялостния имидж на групите, жанровете и на стила.

• **Характер**

Нестандартният характер на стила е обусловен от особеностите на физиката, която общо погледнато е грозна, страшна и отблъскваща. На ниво индивидуален изпълнител това е факторът, караш музикантите постоянно да тестват границите на шока и скандала, но спецификата на характера им е трудно обяснима също като личната им харизма. Въпреки това бе отчетено, че често е необходимо *първо да се дефинира характерът на личността* и едва след това, той да се *адаптира към цялостния музикален продукт*. Според системата на звездите, за да бъде разкрит характерът на звездата е необходимо той да отговаря на четири условия, които при рока означават: да притежава *простота*, често предадена под формата на бляскави обобщения в имиджа и творчеството на артистите; *изконност*, заложен в употребата на вечни опозиции и устойчиви асоциации, лесно адаптирани към актуалните вълнения на епохата; *искреност*, която да защити имиджите от нападки свързани с продажност, театралност и фалш; *самоличност*, благодарение на която великите имена в рока остават неразривно свързани с специфични идеи и ценности, ясно огледани в митовете за рока и диференциращи рок артистите от всички други музикални звезди.

• **Стил**

Изграждането на индивидуален стил е фазата, при която чрез отделен детайл, символи или знак, физиката и характерът на обекта трябва да бъдат обобщени и заявени. Бе отчетено, че докато в рекламната кампания стилът е творческият елемент, то в сферата на рока *музикалните особености* могат да се приемат за специфичен стил и много често *стилът на личността се изгражда според тях*. За да се избегнат фаталните грешки в този етап системата на звездите препоръчва, в стилът да бъдат включени няколко задължителни елемента. В сферата на рока това са: *блясък*, свързан със зрелищните спектакли, предизвикващи възхищение или потрес, обикновено реализирани след сключването на звукозаписен договор. Бе отчетено, че в редица случаи артистите умишлено избягват бляскавото представяне, защото то може да разклати имиджа им на бунтари или аутсайдери, като вместо това прибягват до творческа употреба на подръчни материали, а изопачената пищност или липсата на блясък се приемат като категорична заявка за индивидуален стил; на второ място стилът трябва да притежава *изключителност*, за да се открие контрастно на фона на другите обекти в публичното пространство и в рамките на музикалното течение, той трябва да препотвърждава ценностите на рока, като разкрива неповторимата страна в имиджа на отделните артисти; да бъде *хармоничен* с физиката и стила, за да ги адаптира към актуалните вълнения и проблеми; на последно място изграждането на стила изисква *постоянство*, дори при негативни реакции и критика.

Откриването и заявяването на трите характеристики на звездата не е достатъчно условие за създаването на непреходен имиджов обект. Също като при стратегията за моделиране на трансмедиялен имидж и при този анализиран модел бе обърнато внимание на *необходимостта от адаптация и контрол на представите*. За налагането на устойчиви образи и идеи, системата на звездите предлага седем правила с изключителна важност за заключителния етап при налагането на имиджовия обект. Те са: *вярност към самия себе си*, която в сферата на рока означава постоянно препотвърждаване на идеите на стила при всеки индивидуален имидж; *търпеливост*, свързана с умението да се изчака точния момент; *упорство*, благодарение на което

успехът в сферата на рока идва въпреки пренебрегването на експертните мнения; *перфекционизъм*, каращ редица утвърдени имена да променят радикално стила си и да стартират солови творчески и имиджови проекти; *неконформизъм*, който превръща в идоли непредвидимите новатори; *авантюризъм*, каращ рок музикантите да навлизат в непривични, скандални и плашещи теми; и на последно място *вечност* – условие, което е директно огледано в митовете за рок музиката и благодарение, на което славата на много звезди не угасва със смъртта им.

Групите и артистите, ползвани като примери в изследването, притежават неповторима физика, характер и стил и отговарят на седемте критерия за звездна кариера. Поради тази причина бе прието, че системата на звездите предлага доказателство, че *имиджът на рок музикантите* може доста точно да се впише в общите правила за създаване на *успешен продукт - звезда*. Както и че, дори с негативен знак, този тип представи могат да завоюват лоялността на избрана целева група и да донесат значителни приходи на индустрията.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изследването доказва, че изграждането на имиджи в рока е строго специфична задача, притежаваща редица особености спрямо сфери като политиката, изкуството, спорта и т.н. В нея са абсорбирани и преплетени, фрагменти от представата за различните изпълнители и жанрове, които могат да бъдат лесно схематизирани и превърнати в предписания за създаването на успешни рок звезди. Цялостната идея за стила битува благодарение на общите и многократно ползвани елементи в отлените персонални имиджи, които се трансформират многократно през годините, но винаги гравитират около основните разгледани митове и стереотипи. Тези устойчиви връзки модифицират не само публичните образи на артистите, но и стратегиите за създаване успешен музикален продукт. Поради тази причина имиджът на рок музикантите бе определен като едно от най-интересните маркетингови и културни явления, предизвикващо много противоречия, но все още не напълно проучено от научна гледна точка.

III. СПРАВКА ЗА ОСНОВНИТЕ ПРИНОСИ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Приноси

Като доказателство на основната изследователска теза, постулираща, че *рокът като стил изгражда една обобщена представа, която просто се трансформира многократно при имиджите на отделните творци, но реално никога не е била променяна радикално*, в изследването се очертаха следните приноси:

1. Бе доказано, че между отделните музиканти, жанрове и течения в рока съществуват свързващи звена, формиращи една цялостна представа, която има редица особености спрямо моделите за изграждане на имиджи в сферата на политиката, търговията, изкуството и спорта. Като *елементи, дефиниращи спецификата* на имиджа на рок музикантите бяха изведени – *стереотипите и митовете*.
2. От обобщената идея за стила бяха *систематизирани пет основни групи от стереотипни представи*, нагледно очертаващи връзките между имиджите на отделните артисти. Предложените комплекси бяха наречени: *бунт, отчуждение, агресия, шок и мистика*, като към всеки от тях бе приложен индивидуален изследователски подход.

3. В труда бе предложена класификация на митовете свързани с имиджа на рок музикантите. Те бяха разграничени в две основни категории - „митове в рока” и „митове за рока”.

4. Бяха предложени работни дефиниции за двете обособени категории митове и бяха изведени водещите им функции по отношение на представата за стила.

5. Благодарение на функциите на митичните представи, романтичната идея за изкачването в социалната йерархия като вид неподчинение и вярването, че заветният успех и слава не водят до щастие, бяха дефинирани като водещия конфликт в имиджа на рок звездите.

Приносни моменти

Съгласно избраните категории митове и стереотипи, в труда бе прието, че :

✓ Водещата специфика в имиджа на рок музикантите е зададена от спорното им място в социалната стълбца и от предпоставката, че престижът на музикантите пред феновете се гради обратно пропорционално на уважението им в цялото общество.

✓ Музикалните фенове бяха дефинирани, като самостоятелна група, която не е реална, защото не се изисква членство в нея, но обединява хора със сходни интереси, близка ценностна система, от различни поколения и общества, със силно изразено чувство за оразличаване от всички останали социални групи.

✓ Бе прието, че зависимостта между близостта и дистанцията спрямо тълпата, лежи в основата на митовете за рока и в самота ядро на имиджа на целия стил. Митологизирането бе посочено като единствения път, по който музикантите могат да бъдат представени като хора, като всички останали, но и като носители на особен престиж.

✓ Поради тези причини, бе прието, че в сферата на рока успехът се разграничава от социалния престиж. Целенасочената борба за слава и обществено признание, бе разгледана като скрит елемент в имиджа на творците, представена като следствие от стремежа към създаването на вечно изкуство.

✓ Предвид тези особености бе отчетено, че представата за музикантите има двойствена същност и може да бъде разгледана като категорична алтернатива на съществуващите социални норми или като завоалиран, но много ефикасен начин за утвърждаване на модела на личния успех и равните социални шансове.

✓ Въпреки наличието на няколко комуникационни бариери, музикалният текст бе изведен като важен елемент за правилното разчитане на комбинираната представа за личностите и творчеството им. Бариерите бяха определени като: генерационна; културна; езикова.

✓ Към всяка от предложените групи от стереотипи бяха предложени различни изследователски подходи, тези и модели, които могат да бъдат ползвани за научното развитие на петте проблемни области.

✓ Бе предложена адаптация на два модела за изграждане и налагане на публични имиджи, спрямо представата за рока.

IV. СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ, СВЪРЗАНИ С ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Василева, Радка. Музикалните обложки в ерата на онлайн комуникациите. In: Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика [online], 29 юни 2012 . Available from: <http://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/muzikalnite-oblozhki-v-erata-na-onlajn-komunikatsiite/>

Василева, Радка. Видове митични и фикционални елементи в рок музиката. In: Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика [online], 06 март 2013. Available from: <http://www.newmedia21.eu/analizi/vidove-mitichni-i-fiksionalni-elementi-v-rok-muzikata/>

Василева, Радка. Музикалните ТВ програми. In: Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика [online], 08 септември 2013. Available from: <http://www.newmedia21.eu/proekti/muzikalnite-tv-programi/>