

## Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

### Формирование образа Челябинской области с помощью продуктов массовой музыкальной культуры.

*Михайлова Евгения Анатольевна*

*Студент*

*Южно-Уральский государственный университет, Факультет журналистики,*

*Челябинск, Россия*

*E-mail: Zaba\_Ze@mail.ru*

В настоящее время регионам приходится конкурировать буквально за все: туристические и транспортные потоки, социальные и экономические проекты, инвестиции. Следовательно, все территории заинтересованы в том, чтобы иметь благоприятный образ. Мы привыкли считать, что он формируется исключительно средствами рекламы и PR, иницируемыми руководителями региона. Однако, это не совсем так. Аудитория воспринимает регион, опираясь на знания, полученные из средств массовой информации, кинематографа, литературы, фотоискусства и пр. В своей работе мы остановим внимание на продуктах массовой музыкальной культуры, которые напрямую влияют на образ Челябинской области.

На данный момент в Челябинской области есть несколько популярных

рэп-групп, которые динамично развиваются, привлекая все больше внимания различных аудиторий. Например, творчество музыкантов группы «Триагрутрика», по нашему мнению, напрямую воздействует на образ Южного Урала. Основанием для такого предположения служат несколько фактов, изложенных ниже:

1. Использование в текстах песен группы названий улиц, мест, архитектурных памятников известных в городе Челябинске:

- «..перед школой в парке Терешковой, на ЮУрГУ под елками..», «..в «Гараже», на «Мегаполисе» и за «Авророй», в МВД-дворе, на «Молнии» и на «Искре», у памятника Ленину и на Арбате..» (Триагрутрика – Моя свобода);
- «..по Российской вниз летим мимо бассейна, свежо, смотрю по сторонам рассеянно» (Триагрутрика - Хэнесси);
- «..по улице Красной ходить опасно» (Триагрутрика – Куда идти после института);
- «..Ленина проспект - в цвет Марченко street» (Триагрутрика – Мой город не спит);
- «где же будет движка? На улице Пушкина..», «..время пол девятого. Вот и Доватора..», «..с ЧТЗ на ЧМЗ – переполошили люд» (Триагрутрика – Вата на Доватора).

2. Создание образа посредством использования конкретных слов, которые характеризуют регион, и его характеристик:

- «..погода по приколу вообще, и в Челябине, и в Аше и в Карабаше» (Триагрутрика – Моя свобода);
- «..спертый воздух города Че, сопровождает нас пар, не искупаюсь в Миассе даже на спор» (Триагрутрика – Замутили не на спирт);

- «Челяба – это тебе не Бруклин, озеро номер один – копим трупы» (Триагрутрика - Хэнесси);
- «..в моем городе звезд не видно, потому что небо затянуто серым дымом, справа ТанкоградHolls, слева ЧТЗ – сила» (Триагрутрика – В моем городе звезд не видно);
- «..место действия – Челябинск, 21 век» (Триагрутрика – Биг Сити Лайф);
- «..вокруг меня волшебный, вечерний, Челябинск обалденный» (Триагрутрика – Биг Сити Лайф);
- «..Челяба богата местами, это не Майами, но где бы мы такое видео засняли?» (Триагрутрика, ВитяАК-47, Айк Дым – Акуна матата);
- «Челяба не Вирджиния, Челябинск не Аляска, Челябинск не Флорида, Челябинск не Небраска..» (Триагрутрика – Не Калифорния);
- «..скоро станет другой Земля, Майами поменяется с Челябиной ролями, а джунгли зарастут тополями» (Триагрутрика – Еще по колпачку);
- «..обрати внимание на «Трактор», «Это Танкоград!»,- ответь и впредь трактуй по факту» (Вибе, ТГК – Шелковый путь)

3. Акцентирование внимания на взаимодействии с музыкантами из соседних регионов.

- «..не грози Южному Уралу и Челябине в частности» (Триагрутрика feat. Оу74 – Тигра стиль);
- «..кому как, а меня эти маршруты прут, Челябинск-Екатеринбург..», «..уральская школа слова слова in da house..», «..два МС из Екб, четыре из Челябины, держусь за микрофон, пока вы держитесь за шляпы» (Триагрутрика, ВитяАК-47, Айк Дым – Акуна матата);
- «..12345, здравствуйте! Говорит Челябинск, золотые записи..», «..парни из Артемовска, если что – раз, два – созвон на Мегафон..», «..а у нас на Урале»,
- «..мы все с Урала – державы опорного края» (Триагрутрика feat. ВитяАК-47 – На Урале);
- «..короче, ждите нас в Челябинск-сити, два часа дороги – водитель, тормозите..», «..родные города – одна большая туса» (Триагрутрика feat. ВитяАК-47 – На Урале);
- «..на студийке тесно, раздули совместно: Алексей Маэстро, Ямыч, Джамали, Жаман, Андрюха добрый, Ингушет, Пузо, Вибе-сан. Каждый что-то написал, что-то заморил..» (Триагрутрика feat Восточный округ – На Урале).

Мы считаем, что произведения группы «Триагрутрика» создают «эффект экскурсии». Под «эффектом экскурсии» мы понимаем наличие у аудитории возможности познакомиться со знаковыми местами/людьми региона без посещения Челябинской области. Таким образом, можно сказать, что общественность формирует личный образ Южного Урала и его столицы, опираясь на тексты песен.

Делаем вывод - массовая музыкальная культура является важным средством формирования образа региона. Она понятна, интересна и доступна как внутренней, так и внешней общественности и может стать весомым аргументом в «гонке регионов» за социальными и экономическими проектами, инвестициями и благоприятным образом в целом.

#### **Слова благодарности**

Автор выражает признательность преподавателю кафедры «Массовая коммуникация», кандидату культурологии А.А. Добриковой за помощь в подготовке тезисов.