

# ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ МУЗЫКИ В МУЛЬТИМОДАЛЬНОМ СООБЩЕНИИ: ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОКОЛЕНИЯ Z

**С. С. Шляхова, Н. В. Ярмухаметов\***

Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет (ПНИПУ),  
Пермь, Российская Федерация, 614990

**Аннотация.** В данной статье вводятся понятия «музыкальная личность» и «коллективная музыкальная личность», что требует дальнейшего научного обоснования. Эти понятия могут стать операциональными при изучении проблем педагогики музыкального образования, музыкальной психологии и музыкального сознания. В статье исследуются связи аудиальных и визуальных репрезентаций и эмоциональных интерпретаций мультимодального сообщения. Специальное внимание уделяется причинам тотального примитивного музыкального контента, в котором формируется музыкальная личность (маргинализация культуры и олигополия музыкальной индустрии). Установлено, что в мультимодальном сообщении определяющее влияние на его восприятие оказывает музыкальный, а не визуальный модус. Анализ соответствия авторскому замыслу эмоциональных интерпретаций мультимодального сообщения в видео-аудиороликах представителями поколения Z показал, что более точно воспринимается музыкальное сопровождение видеоролика, включающее формы танцевальной музыки. Наше объяснение полученных результатов таково: объективная сложность музыкального текста классики снижает способность к декодированию эмоционального содержания мультимодального сообщения, в то же время интерпретация слушателями поп-музыки, рока и народной музыки обусловлена наличием соответствующего опыта восприятия. Сделанные выводы требуют дополнительной проверки. Продолжение исследований музыкального сознания и коллективной музыкальной личности позволит выработать стратегии и подходы к формированию образовательно-педагогического контента в музыкальной социализации и образовании.

45

**Ключевые слова:** музыкальное сознание, музыкальная личность, коллективная музыкальная личность, эмоциональное восприятие, мультимодальность, визуальный модус, аудиальный модус, музыка, видео, поколение Z.

\* Научный руководитель – доктор филологических наук, доцент С. С. Шляхова.



**Благодарность.** Авторы выражают глубокую благодарность редактору, доктору педагогических и психологических наук А. В. Тороповой за разработанную ею концепцию музыкального сознания, которая вдохновила авторов на это исследование, а также за советы и рекомендации, сделавшие работу более структурной и содержательной.

**Для цитирования:** Шляхова С. С., Ярмухаметов Н. В. Эмоциональное восприятие музыки в мультимодальном сообщении: экспериментальное исследование поколения Z // Музыкальное искусство и образование / Musical Art and Education. 2023. Т. 11. № 4. С. 45–67. DOI: 10.31862/2309-1428-2023-11-4-45-67.

DOI: 10.31862/2309-1428-2023-11-4-45-67

## EMOTIONAL PERCEPTION OF MUSIC IN A MULTIMODAL MESSAGE: GENERATION Z PILOT STUDY

**Svetlana S. Shlyakhova, Nikita V. Yarmukhametov\***

Perm National Research Polytechnic University (PNRPU),  
Perm, Russian Federation, 614990

**Abstract.** This article introduces the concepts of “musical personality” and “collective musical personality”. This requires further scientific justification. These concepts can be used in studying problems of music pedagogy and education, musical psychology and musical consciousness. The article explores the connections between auditory and visual representations and emotional interpretations of a multimodal message. Special attention is paid to the reasons for the emergence of total primitive musical content in which a musical personality is formed (the marginalization of culture and the oligopoly of the music industry). The musical rather than visual modus has a decisive influence on the perception of a multimodal message. The analysis of compliance with the author’s idea of emotional interpretations of a multimodal message in video clips by representatives of generation Z showed that musical messages with dance music are perceived more accurately. We believe that the objective complexity of classical music reduces the ability to decode the emotional content of a multimodal message. Listeners’ interpretation of pop, rock and folk music is conditioned by the presence of appropriate perception experience. The conclusions drawn require additional verification. Continuing research on musical consciousness and collective musical personality makes it possible to develop strategies and approaches to the formation of educational and pedagogical content in musical socialization, and education.

**Keywords:** musical consciousness, musical personality, collective musical personality, emotional perception, multimodality, visual modus, auditory modus, music, video, generation Z.

---

\* Scientific adviser – Doctor of Philology, Associate Professor S. S. Shlyakhova.

**Acknowledgement.** The authors express their deep gratitude to the editor, Doctor of Pedagogical and Psychological Sciences A. V. Toropova for the concept of musical consciousness developed by her, which inspired the authors to this study. The authors are grateful for the advice and recommendations that help to reveal the essence of the problems of this work.

**For citation:** Shlyakhova S. S., Yarmukhametov N. V. Emotional Perception of Music in a Multimodal Message: Generation Z Pilot Study // *Muzykal'noe iskusstvo i obrazovanie* = Musical Art and Education, 2023, vol. 11, no. 4, pp. 45–67 (in Russian). DOI: 10.31862/2309-1428-2023-11-4-45-67.

### Теоретические воззрения на природу мультимодальности сообщения в научной литературе

Настоящая статья лежит в области междисциплинарных исследований и связана с проблемами музыкальной психологии (бытование музыки в общественном сознании, восприятие музыки, музыкальное сознание и пр.) [1; 2; 3 и др.]; музыкальной культуры и культурной маргинальности [4; 5 и др.], психосемиотики [6; 7; 8 и др.]; мультимодальности/полимодальности [9; 10; 11 и др.].

Исследование мультимодальности активно представлено в англоязычном дискурсе, в то время как русскоязычный контекст демонстрирует рост интереса к проблеме (рис. 1) обычно в области лингвистики текста [12; 13 и др.].

Мультимодальность актуализирует практику коммуникации с учётом комбинации различных модусов, которые формируют сообщение: изображения, письма, схемы, макеты, жесты, мимика, речь, музыка,

музыка, макеты, жесты, мимика, речь, музыка,

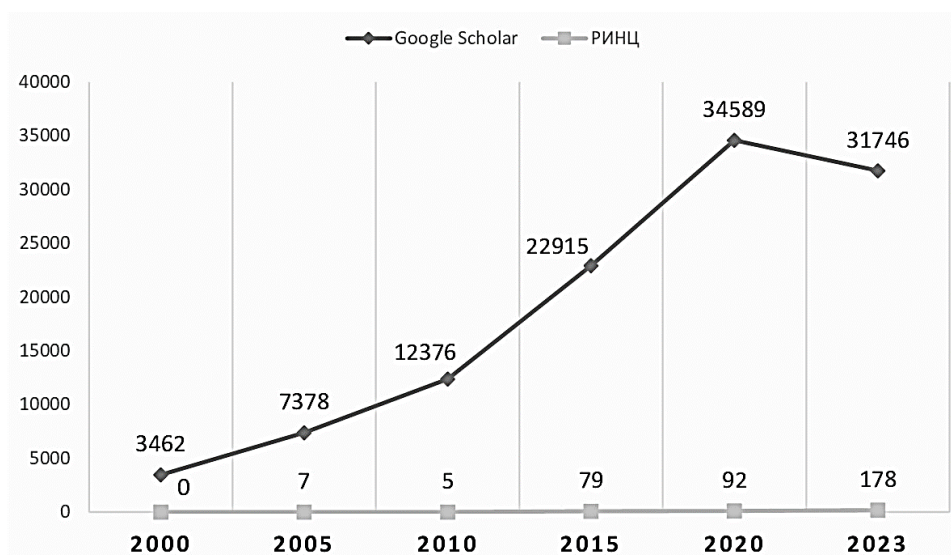


Рис. 1. Количество исследований по запросу *multimodality/polymodality*, мультимодальность/полимодальность на 14.11.2023

Fig. 1. The number of studies on the request *multimodality/polymodality* on 14.11.2023

3D-объекты и т.п. [10, с. 79]. Характер модусов и их комбинация могут менять характер информации, воспринимаемой реципиентом. В целом любая коммуникация может характеризоваться как мультимодальная [9]. В статье представлено исследование визуального (изображение) и аудиального (музыка) модусов и их связь с эмоциями, возникающими при восприятии мультимодального сообщения.

Психосемиотика исследует «роль различных видов знаковых систем в конструировании социокультурных и субъективных реальностей личности» [6, с. 16]. Психосемиотический подход позволяет получить дополнительную информацию о конкретной личности и о группах респондентов, которая при других подходах не обнаруживается [7]. Эта информация выступает как система ориентиров в вещном и социальном мире, средство социализации, воспитания, образования [8]. Данное исследование сосредоточено на изучении аудиальных (музыка) и визуальных (изображение) знаковых репрезентаций и эмоциональных интерпретаций мультимодального сообщения в музыкальном сознании поколения Z.

В психической деятельности личности музыкальное сознание «представлено как совокупность образов и процессов, сопровождающих порождение и восприятие музыкальных явлений и основанных на присвоении музыкальной культуры как общественной формы музыкальных знаков и значений» [2, с. 12].

Если за точку отсчёта брать *музыкальное сознание*, то, вероятно, можно говорить о *музыкальной личности* по аналогии с понятием *языковая личность* [14; 15 и др.]. В музыкальной личности (на основе структуры языковой личности) можно выделить несколько параметров: *музыкальная способность* (психические и соматические особенности человека, влияющие на вос-

приятие и продуцирование музыки; музыкальность), *музыкальная потребность* (интенции, направленность на музыкальный дискурс), *музыкальная компетенция* (умение осуществлять музыкальное общение, уровень сформированности музыкальной культуры в различных аспектах), *музыкальное сознание* (отображение во внутреннем мире личности воспринимаемого ею музыкального мира и, наоборот, отражение ментального мира личности в создаваемых произведениях), *музыкальное поведение* (осознанная и неосознанная система поступков, направленных на приобщение к музыкальному дискурсу, раскрывающих характер и особенности личности).

На первый взгляд, понятие *музыкальная личность* может показаться избыточным при наличии апробированного и зарекомендовавшего себя Gold-MSI (Голдсмитский индекс музыкального развития) [16] и его адаптированного русскоязычного варианта [17], который позволяет оценить общий уровень музыкальности и отдельных составляющих музыкального опыта.

Однако соотнесение шкал Gold-MSI и предлагаемых параметров музыкальной личности не показывает полной корреляции (табл. 1).

Соотнесение шкал Gold-MSI и предлагаемых параметров музыкальной личности показывает, что Gold-MSI – это своеобразный инструмент «выбраковки» немusical личности, оценка профессиональных параметров музыканта. В шкалировании Gold-MSI не находится места музыкальному сознанию, так как эмоции являются лишь его частью. В музыкальном сознании «звукосимволические отношения с миром организуются в большей мере бессознательно» [2, с. 12], тогда как Gold-MSI – сознательные и регламентированные наблюдения и рефлексия.

Отдельная языковая личность не может являться репрезентацией национального

Соотношение параметров музыкальной личности  
и шкал Gold-MSI

## Correlation of musical personality parameters and Gold-MSI scales

Параметры музыкальной личности	Шкалы Gold-MSI (по Т. С. Князевой)
<i>Музыкальная способность</i> (психические и соматические особенности человека, влияющие на восприятие и продуцирование музыки; музыкальность)	<i>Музыкально-воспринимающие способности</i> (музыкальная память, слух, чувство ритма). <i>Музыкально-воспроизводящие способности</i> (активный слух, безошибочное воспроизведение музыки с помощью пения или инструмента)
<i>Музыкальная потребность</i> (интенции, направленность на музыкальный дискурс)	<i>Музыкальная вовлечённость</i> (музыкальная мотивация, интерес к музыке, её значимость в жизни человека, вовлечённость в музыкальные занятия, активность музыкально ориентированного поведения)
<i>Музыкальная компетенция</i> (умение осуществлять музыкальное общение, уровень музыкальной культуры в различных аспектах)	<i>Общая музыкальность</i> (предусматривает отдельные пункты, касающиеся всех аспектов музыкального развития)
<i>Музыкальное сознание</i> (отображение во внутреннем мире личности воспринимаемого ею музыкального мира и, наоборот, отражение ментального мира личности в создаваемых произведениях)	<i>Эмоции</i> (способность переживания эмоций, связанных с музыкой)
<i>Музыкальное поведение</i> (осознанная и неосознанная система поступков, направленных на приобщение к музыкальному дискурсу, раскрывающих характер и особенности личности)	<i>Музыкальная практика</i> (её интенсивность и длительность обучения)

языка, поэтому говорят о коллективной языковой личности: национальной, профессиональной, народной, элитарной, молодёжной и пр. Также можно говорить и о *коллективной музыкальной личности*.

Авторы статьи признают, что данный вопрос остаётся дискуссионным и требует более развёрнутой аргументации.

Однако проблема была затронута потому, что большинство исследований музыкальной личности (рис. 2) обычно фокусируется на одном классе характеристик слушателя, таких как особые личностные черты (обычно на основе модели «Большая пятёрка (BFI)») или статус музыканта [18; 19].

Модель личности «Большая пятёрка (BFI)» при различных вариациях включает

такие факторы, как *экстраверсия* (общительность, уверенность в себе, активность, энергичность, доминантность); *доброжелательность* (отзывчивость, дружелюбие, чувствительность, мягкосердечность); *сознательность* (*добросовестность*) (ответственность, организованность, практичность, зависимость); *невротизм* (эмоциональная нестабильность, тревожность, склонность к негативным эмоциям, подверженность беспокойству и страхам); *открытость опыту* (широта интересов, развитое воображение, любознательность, артистичность) [20; 21 и др.].

Связка *личность-музыка* измерялась с помощью BFI, позволяющего анализировать различия между личностными характеристиками музыкантов

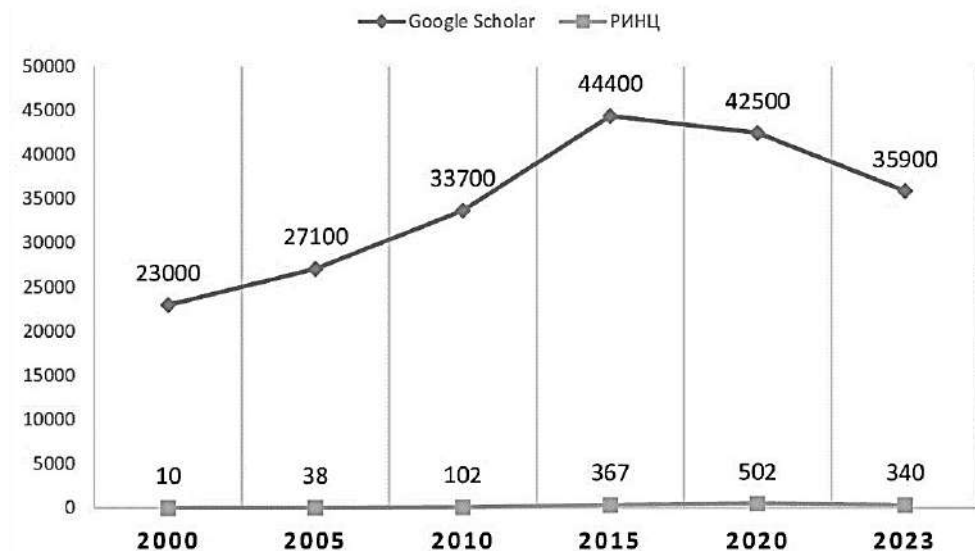


Рис. 2. Количество исследований по запросу *musical personality*, музыкальная личность на 14.11.2023

Fig. 2. The number of studies on the *musical personality* on 14.11.2023

и немusыкантов [22]. Устанавливаются личностные различия между музыкантами и немusыкантами, между музыкантами, играющими на разных инструментах, и между профессионалами и музыкантами-любителями. По шкале *экстраверсия* профессионалы набрали больше баллов, чем любители, у которых в свою очередь количество баллов больше, чем у немusыкантов; у певцов уровень *экстраверсии* выше, чем у инструменталистов. Профессионалы имеют более высокий *нейротизм*, меньшую *доброжелательность* и *сознательность*, чем любители [23].

Подтверждена связь между личностью и акустическими предпочтениями: динамика связана с *открытостью* и *экстраверсией*; модус – с *добросовестностью* и *экстраверсией*; регистр – с *экстраверсией* и *нейротизмом*; темп – с *добросовестностью*, *экстраверсией* и *нейротизмом* [24]. Сильная связь обнаружена между шкалой эмоций Gold-MSI и личностной чертой *открытости* в мо-

лодѣжных выборках Германии, России и Соединѣнного Королевства [25].

Однако исследование оценки эмоций, вызываемых музыкой, показывает, что музыкальный опыт имел наибольшее значение, а на особенности личностных черт приходилось около 30% различий в эмоциях [18]. Связи между шкалами BFI и акустическими предпочтениями были относительно слабыми [24]. Это позволяет предположить, что активизация качественной музыкальной практики молодѣжи поможет сформировать гармоничную музыкальную личность.

В настоящем исследовании изучение коллективной музыкальной личности поколения Z включает аспекты музыкального сознания.

«Становление музыкального искусства связано с исторической сменой типов мировоззрения» [26, с. 8]. Однако «современное развитие социума столкнулось со сложной проблемой утраты традиционных оснований европейского мелоса... Дан-

ная ситуация может позиционироваться как “шизоидальная”, требующая преодоления на новых культурных основаниях с помощью создания нового музыкального семиозиса» [4, с. 1, 6].

Как новый музыкальный семиозис может рассматриваться культурная маргинализация, обусловленная в том числе и экспансией примитивного музыкального контента, который тесно связан со спецификой музыкальной индустрии. «При этом отрицательная коннотация маргинализации характеризуется как не учитывающая динамику изменений в современном обществе» [5, с. 248].

«В настоящее время музыкальная индустрия обладает характерными чертами... присущими всей индустрии развлечений, и склонностью к олигополистической модели рыночной структуры» [27, с. 88].

Олигополия представляет собой рыночную структуру, при которой несколько глобальных мейджор-лейблов (*Universal Music Group, Warner Music Group* и *Sony Music*) производят и распространяют 70–90% музыкального контента в мире. В России можно назвать несколько лейблов, в том числе появившихся после ухода зарубежных компаний, и их музыкальный контент: ПМИ (Первое музыкальное Издательство) – *Zivert, «Ленинград», IOWA, Крави, Ньюша, Тимур Родригез, Алексей Воробьев; Zion Music – NILETTO, Элджей, Ваня Дмитриенко, RASA, LUXOR, CAPTOWN, 5sta Family, Ваша Маруся; Velvet Music – Владимир Пресняков, Мари Краймбрери, Звонкий, Леонид Агутин, «Винтаж», Ёлка, Фейгин; Rhymes Music – Дора, Мэйби Бэйби, «Дети Раве», Ганвест, SQWOZ BAB, Ву Индия, «Кис-Кис», PYROKINESIS, AIKKO, МУККА; VK Records – Тима Акимов, EVASHA, Муqeed, BUDNI, BASIAGA; МТС Лейбл – «КОСМОНАВТОВ НЕТ», тима ищет свет, прыгай киска, Милиан О’Войд и др. [28].*

Столь обширное перечисление контента российских лейблов обусловлено необходимостью обозначить тотальный музыкальный контекст, в котором формируется музыкальное сознание поколения Z. Помимо этого, оно формируется и под воздействием нейросетей, которые создают «музыкальные произведения» по текстовому запросу (*Riffusion, Mubert, Amper Music, MusicLM*), напевной мелодии (*Humtap*) или по фото (*Melobytes, Imaginary Soundscape*), включая возможность создать жанр и настроение (*Soundraw, MuseNet*), видеоклип (*Melobytes, Humtap, AIVA*), вариации (*AIVA*) и др.

Всё это приводит «к тотальному упрощению музыкальной культуры и музыкального языка, к тому, что музыка утратила самостоятельный культурный статус и стала лишь фоном повседневного бытия» [4, с. 1]. «Маргинальность молодёжи сочетается с маргинальностью общества» [5, с. 249].

### Экспериментальное исследование связи аудиальных и визуальных репрезентаций и эмоциональных интерпретаций мультимодального сообщения поколения Z

51

**Цель исследования** – изучение связи аудиальных (музыка) и визуальных (изображение) знаковых репрезентаций и эмоциональных интерпретаций мультимодального сообщения, которые в том числе позволяют получить данные о музыкальном сознании коллективной музыкальной личности поколения Z.

#### **Задачи исследования:**

- разработка методики и опросника для исследования визуального (изображение) и аудиального (музыка) модусов и их связи с эмоциями, возникающими при восприятии мультимодального сообщения;

- проведение психосемиотического эксперимента (онлайн-анкетирование);
- интерпретация знаковых репрезентаций и эмоциональных интерпретаций мультимодального сообщения в музыкальном сознании поколения Z.

**Материалом исследования** послужили данные, полученные в ходе серии направленных констатирующих психосемиотических экспериментов с целью фиксации восприятия и эмоциональной интерпретации различных семиотических кодов (аудиальный и визуальный) в мультимодальном сообщении (выбор из предлагаемого в соответствии с инструкцией) с элементами свободного ассоциативного (категория *другое*). Эксперименты проводились с интервалом от двух недель до нескольких месяцев.

**Выборка.** Всего опрошено 62 респондента разного пола (54,8% – женщины, 45,2% – мужчины) в возрасте 18–30 лет без музыкального образования, которые родились и постоянно проживают в России.

**Методика исследования.** Серия экспериментов проводилась в виде индивидуаль-

ного онлайн-анкетирования. Респондентам предъявлялся один и тот же видеоролик, который сопровождался музыкой разных жанров и стилей. Предлагалось указать эмоцию, вызываемую видеороликом (*страшный, забавный/весёлый, печальный, интригующий, другое*).

**Визуальный стимульный материал** представлен видеороликом, в котором демонстрируется авария со столкновением нескольких автомобилей без видимых серьёзных последствий. Видео динамичное (рис. 3).

Далее были произведены обрезка и кадрирование видеоролика и монтаж аудиодорожек на видеоролик. Всего в экспериментах было представлено 12 видеороликов с одним видеорядом, но различными музыкальными треками. Каждый ролик длился в среднем 16 сек.; музыкальный ряд в основном являл собою лейтмотив и его вариации.

**Аудиальный (музыкальный) стимульный материал** представлен музыкальным рядом без слов – «минусовка». Композиции были отобраны из четырёх музыкальных стилей: (1) поп-музыка:



Рис. 3. Визуальный стимульный материал эксперимента (фрагмент видео)

Fig. 3. Visual stimulus material of the experiment (video fragment)



Г. Лепс «Рюмка водки», В. Пресняков «Стюардесса по имени Жанна», М. Насыров «Мальчик хочет в Тамбов»; (2) классическая музыка: А. Вивальди «Времена года. Зима», «Времена года. Лето», «Времена года. Осень», «Времена года. Весна»; (3) рок-музыка: Nirvana «Smells Like Teen Spirit», В. Купелов «Я свободен», Rammstein «Du Hast»; (4) народная музыка: «Во поле берёзонька стояла», «Валенки» (авторство спорное, но воспринимается всеми как русская народная песня).

#### Вербальный стимульный материал.

Разработчиком анкеты был представитель поколения Z (один из авторов статьи), который определял вербальные стимулы для эмоциональной оценки видеороликов (страшный, забавный/весёлый, печальный, интригующий, другое). Респондентам оказалось достаточно этой шкалы, и лишь в единичных случаях они предлагали свои варианты.

#### Результаты исследования.

##### Поп-музыка

Г. Лепс «Рюмка водки на столе» (2002): забавный/весёлый видеоролик – 46,8%; печальный – 37,1%; интригующий – 8,1%; страшный – 6,5%; другое – 1,5% (необычный).

В. Пресняков «Стюардесса по имени Жанна» (1992): забавный/весёлый видеоролик – 82,3%; печальный – 4,8%; интригующий – 6,5%; страшный – 3,2%; другое – 3,2% (обычный; похож на сериал «Сваты»).

М. Насыров «Мальчик хочет в Тамбов» (1997): забавный/весёлый видеоролик – 64,5%; печальный – 8,1%; интригующий – 21%; страшный видеоролик – 4,8%; другое – 1,6% (обычный).

Сравнительная диаграмма по результатам опроса представлена на рис. 4.

Музыкальный ряд поп-музыки большей частью формирует эмоциональную

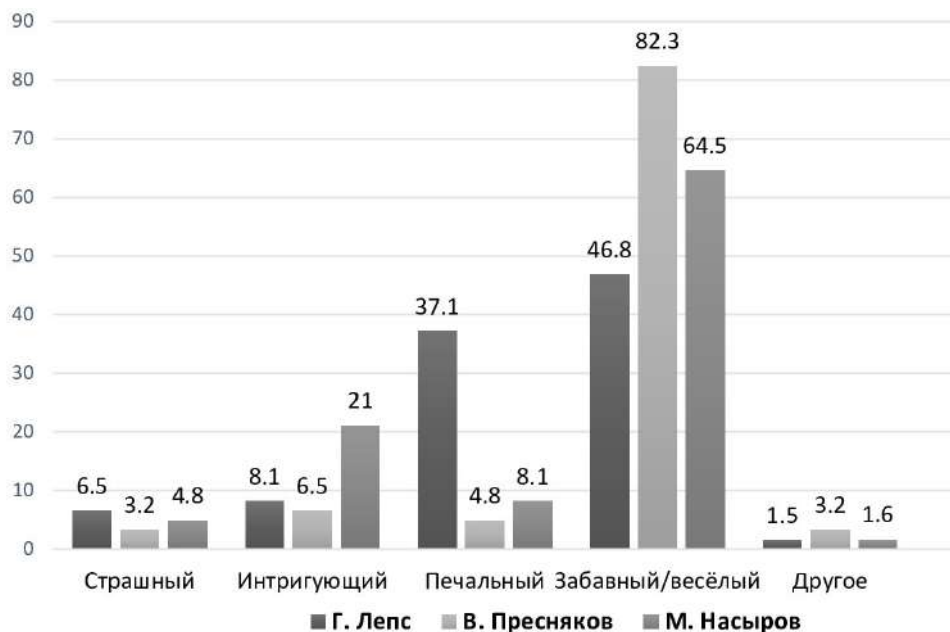


Рис. 4. Эмоциональное восприятие видеоролика: поп-музыка (%)

Fig. 4. Emotional perception of the video: pop music (%)

оценку *забавный* видеоролик (47–82%). Не вызвала эмоциональной реакции поп-музыка лишь у 1–2 респондентов.

**Классическая музыка: программная**

А. Вивальди «Времена года. Зима» (1725): *интригующий* видеоролик – 56,5%; *печальный* – 17,7%; *страшный* – 12,9%; *забавный/весёлый* – 11,3%; *другое* – 1,6% (*странный*).

А. Вивальди «Времена года. Лето» (1725): *интригующий* видеоролик – 51,6%; *печальный* – 8,1%; *страшный* – 29%; *забавный/весёлый* – 11,3%.

А. Вивальди «Времена года. Осень» (1725): *интригующий* видеоролик – 32,3%; *печальный* – 17,7%; *страшный* – 1,6%; *забавный/весёлый* – 45,2%; *другое* – 1,6% (*тревожный*).

А. Вивальди «Времена года. Весна» (1725): *интригующий* видеоролик – 33,9%; *печальный* – 9,7%; *страшный* – 4,8%; *забавный/весёлый* – 51,6%.

Сравнительная диаграмма по результатам опроса представлена на рис. 5.

Музыкальный ряд классической музыки даёт неоднородные результаты, однако чаще формирует эмоциональную оценку *забавный* (11–50%) и *интригующий* (32–56%) видеоролик.

**Рок-музыка (гранж и метал)**

Nirvana «Smells Like Teen Spirit» (1991) – гранж, альтернативный рок, хард-рок: *интригующий* видеоролик – 19,4%; *печальный* – 9,7%; *страшный* – 19,4%; *забавный/весёлый* – 51,6%.

В. Кипелов «Я свободен» (1997) – хеви-метал: *интригующий* видеоролик – 14,5%; *печальный* – 33,9%; *страшный* – 25,8%; *забавный/весёлый* – 22,6%; *другое* – 3,2% (*странный*, (не может описать) *нет точного описания для ролика*).

Rammstein «Du Hast» (1997) – индастриал-метал: *интригующий* видеоролик – 17,7%; *печальный* – 3,2%; *страшный* – 51,6%; *забавный/весёлый* – 24,2%; *другое* – 3,3% (*энергичный, угрожающий*).

Сравнительная диаграмма по результатам опроса представлена на рис. 6.

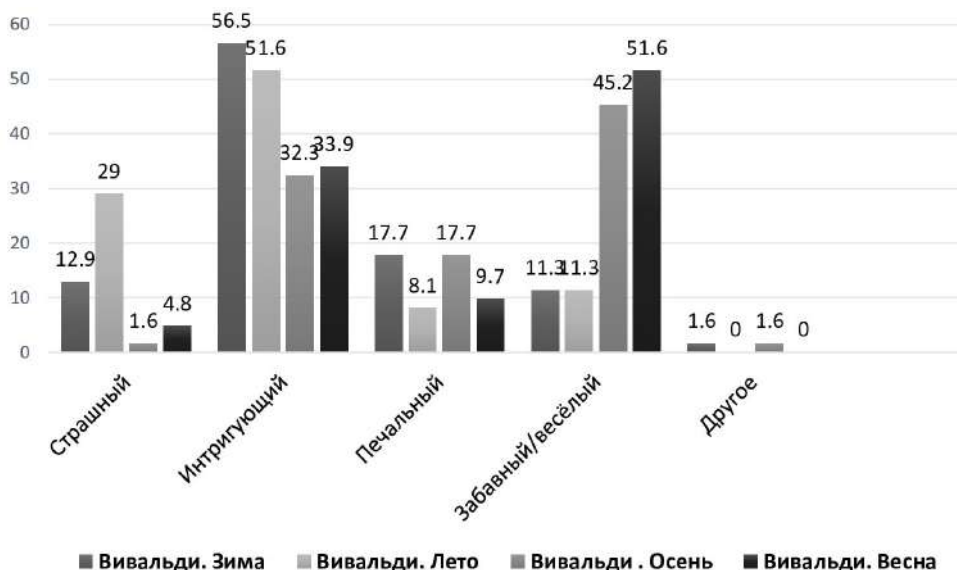


Рис. 5. Эмоциональное восприятие видеоролика: классическая музыка (%)

Fig. 5. Emotional perception of the video: classical music (%)

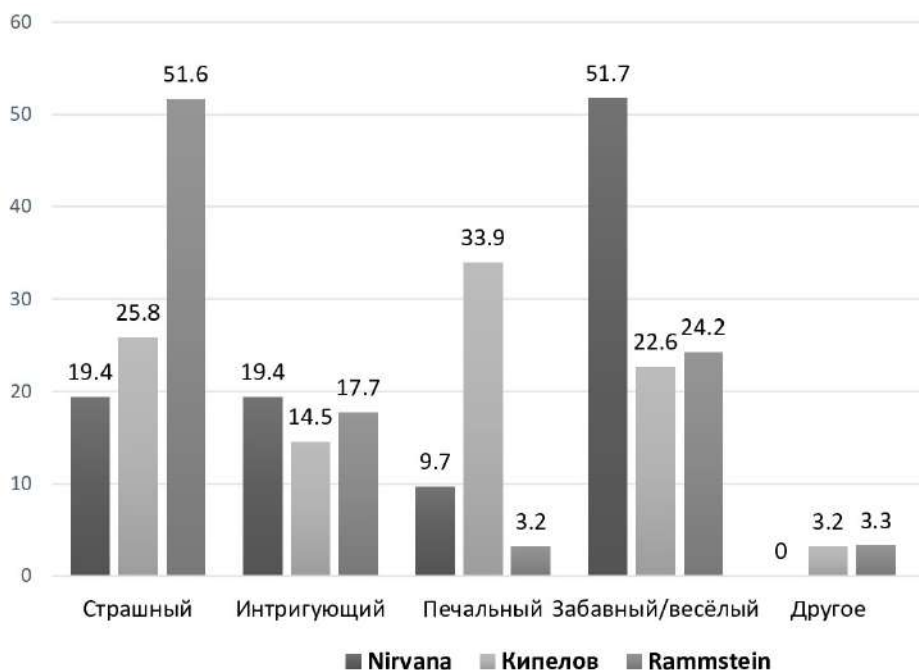


Рис. 6. Эмоциональное восприятие видеоролика: рок-музыка (%)

Fig. 6. Emotional perception of the video: rock music (%)

Музыкальный ряд рок-музыки также даёт неоднородные результаты, однако чаще формирует эмоциональную оценку *забавный/весёлый* (23–52%) и *страшный* (19–51%) видеоролик.

#### Народная музыка

«Во поле берёзонька стояла» (первые упоминания – конец XVIII века) – хороводная: *интригующий* видеоролик – 4,8%; *печальный* – 45,2%; *страшный* – 9,7%; *забавный/весёлый* – 37,1%; *другое* – 3,2% (*скучный*).

«Валенки» – плясовая: *интригующий* видеоролик – 6,5%; *печальный* – 8,1%; *страшный* – 4,8%; *забавный/весёлый* – 80,6%.

Сравнительная диаграмма по результатам опроса представлена на рис. 7.

Музыкальный ряд народной музыки даёт фактически противоположные результаты, однако чаще формирует эмо-

циональную оценку *забавный/весёлый* (37–79%) видеоролик.

#### Интерпретация результатов исследования

**Среднее значение.** Среднее арифметическое полученных результатов по музыкальным стилям (рис. 8) показывает, что идентичный видеоряд, но разное музыкальное сопровождение меняет эмоциональную оценку видеоряда.

Поп-музыка при восприятии видеоролика обладает *забавным/весёлым* (64,5%) или *печальным* (50%) эффектом. Классика в большей степени *интригует* (43,5%). Рок вызывает *страх* (32,1%) или *веселье* (32,8%) при просмотре. Народная музыка порождает восприятие видеоряда как *забавного/весёлого* (58,8%) или *печального* (26,7%).

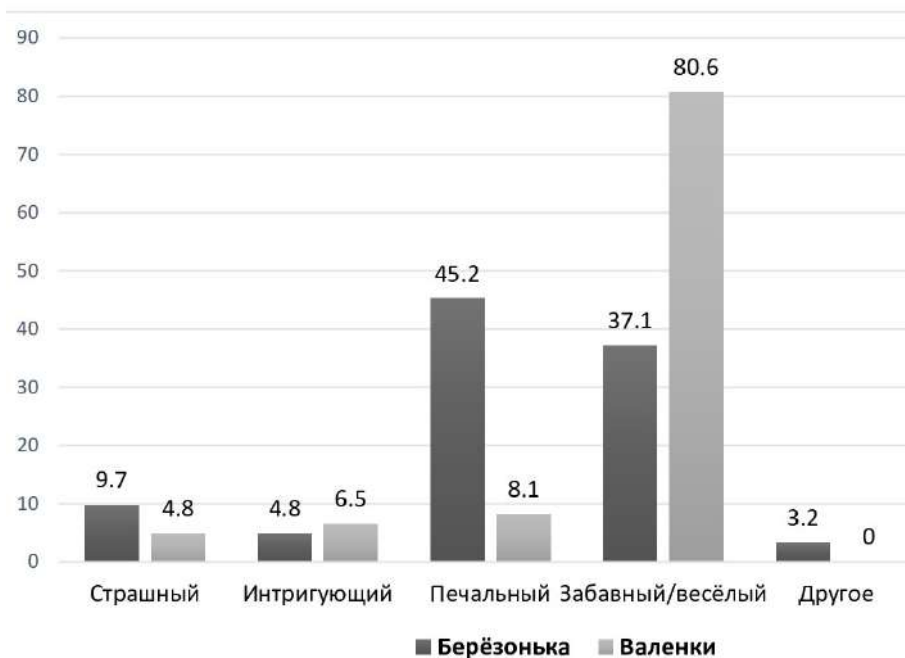


Рис. 7. Эмоциональное восприятие видеоролика: народная музыка (%)

Fig. 7. Emotional perception of the video: folk music (%)

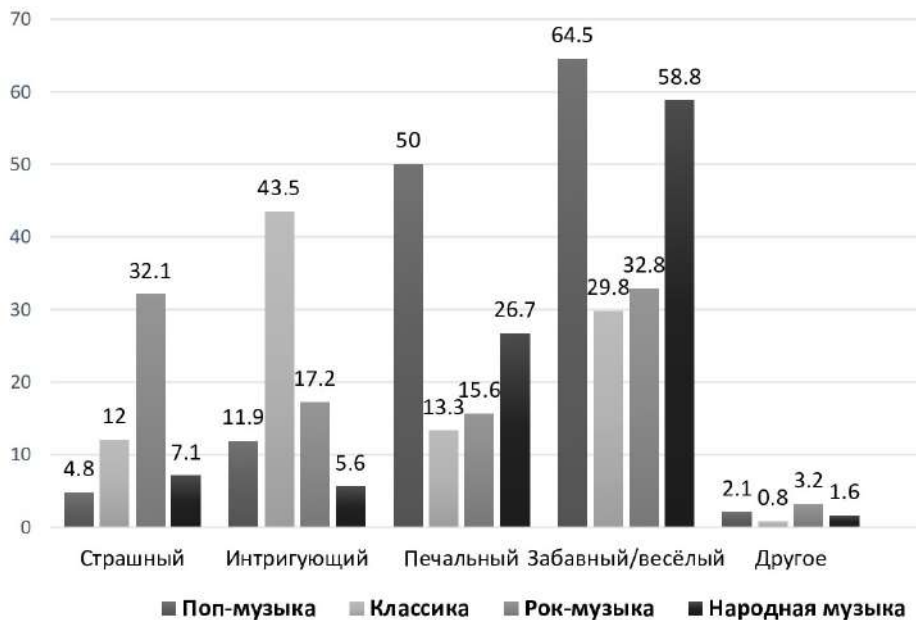


Рис. 8. Музыкальный стиль и восприятие видеоролика: среднее значение (%)

Fig. 8. Music style and perception of the video: average value (%)

Был использован пугающий видеоряд – автомобильная авария, однако музыка меняла настроение респондентов.

Среднее значение, хоть и является одной из наиболее распространённых мер центральной тенденции, в нашем случае не обладает объяснительной силой. Однако очевидно, что в мультимодальном сообщении (визуальный и музыкальный модулы) определяющее влияние на его восприятие оказывает музыка, а не изображение. Один и тот же видеоряд каждый раз порождает различную эмоциональную оценку при смене музыкального трека.

Наши данные согласуются с другими исследованиями, которые показывают, что в мультимодальных сообщениях музыка способствует конструированию смысла [11]. Однако более перспективным представляется обращение к конкретной музыкальной композиции.

### Соответствие авторскому замыслу и исполнительской интерпретации

#### Поп-музыка

Г. Лепс «Рюмка водки на столе». Вероятно, узнаваемость мелодии и тональность хита позволила 50% респондентов восстановить в памяти слова «рюмка водки на столе», что и вызвало реакцию *забавный/весёлый* (русский стереотип об ухарской пьянке-гулянке). Тональность – ми мажор; жанр – баллада в авторском исполнении Е. Григорьева (Жеки), более блюзовая интерпретация у Г. Лепса.

При этом 40% восприняли ролик как *страшный* и *печальный*. Это можно связать с влиянием музыки, т.к. в изначальном варианте песни Е. Григорьева (Жеки) был третий куплет трагического содержания, которое нашло отражение в музыке. Этот куплет Лепс не исполняет:

*Продана смерть,  
Брошены в угол тени дней,  
Трещины стен – это удары ночи,  
Тьма ползёт из всех щелей,  
И чёрная вода смеётся,  
Время повстречать в подъездах  
Тех, кто в памяти не стёрся,  
Заглянуть в глаза пустые  
И увидеть снова, снова  
Лишь рюмку на столе [29].*

Этот трагизм «русской тоски» и одиночества, которое топится в рюмке, на музыкальном уровне восприняли 40% респондентов.

В. Пресняков «Стюардесса по имени Жанна». Музыкальная тема (смесь попсы с элементами рок-н-ролла) незатейливого хита про стюардессу Жанну обусловила то, что 82% респондентов оценили видеоролик как *забавный/весёлый*.

М. Насыров «Мальчик хочет в Тамбов». Песня является кавер-версией латиноамериканской композиции с фольклорным колоритом в ритме самбы «Tic Tic Tac» Лима Браулио бразильской поп-группы Sarrapicho, что обусловило восприятие видеоролика 64,5% респондентов как *забавного/весёлого*. Реакция *интригующий* у 21%, скорее всего, обусловлена латиноамериканскими корнями кавер-версии.

Таким образом, в поп-музыке 82–85% респондентов воспринимают, согласно авторской интенции, танцевальную музыку; баллада оказывается более сложной для восприятия: лишь 40% респондентов воспринимают видеоролик согласно авторскому замыслу.

#### Классическая музыка

А. Вивальди «Времена года. Зима». Тональность – фа минор. Около 31% респондентов оценили видеоролик как *печальный* и *страшный*, около 13% – как *забавный/весёлый* и *странный*. При этом

музыкальный ряд «создаёт эффект пустоты и холода... В партии солиста звучит свист пронизывающего ветра» [30, с. 64].

Большинство (56,5%) определило видеоролик как *интригующий*, т.е. что-то неопределённое, загадочное, неясное.

*А. Вивальди «Времена года. Лето».* Тональность – соль минор, которая во времена Вивальди часто использовалась для передачи тревоги и чувства угрозы [31]. Около 37% респондентов оценили видеоролик как *печальный* и *страшный*, что соответствует авторскому замыслу. Лето в интерпретации Вивальди – «не радостное благодатное время года, а пора обжигающего зноя, перемежаемого жёсткими грозами. Короткие, отрывистые фразы вступления к первой части передают изнеможение от жары» [32, с. 876]. «Вивальди превзошёл здесь самого себя, придумывая гениальные “штормовые эффекты” для сольных и оркестровых партий» [30, с. 65].

При этом большинство (51,6%) определило видеоролик как *интригующий*.

*А. Вивальди «Времена года. Осень».* Тональность – фа мажор. Репарка в нотах – «Танец и песни крестьян» во время празднования сбора урожая. Вивальди рисует юмористическую жанровую сценку – «Подвыпившие» («Захмелевшие»): «струющаяся» мелодия скрипки символизирует разливаемое вино, рваная мелодия – нетвёрдую походку пьяного [32]. Около 45% респондентов воспринимают видеоролик согласно авторскому замыслу как *забавный/весёлый*; около 32% – как *интригующий*.

*А. Вивальди «Времена года. Весна».* Тональность – ми мажор. Концерт открывает торжествующая, радостная, ликующая тема: весна снова вернулась, птицы приветствуют её весёлым пением. Около 52% респондентов оценили видеоролик как *забавный/весёлый*, что соответствует

авторскому замыслу; около 32% – как *интригующий*.

Таким образом, в классической музыке 31–52% респондентов воспринимают видеоролик согласно авторскому замыслу и исполнительской интерпретации.

### **Рок-музыка**

*Nirvana «Smells Like Teen Spirit».* Вероятно, тональность композиции фа минор даёт реакции *страшный* и *печальный* (29%), при этом 51,6% респондентов воспринимают видеоролик как *забавный/весёлый*. Группа Nirvana и Курт Кобейн являются типичными представителями стиля гранж в музыке, для которого характерны мрачные тексты (одиночество, отчуждённость, апатия, усталость, независимость от всего и вся, свободолюбие). Композиции гранж можно охарактеризовать как «быстро – медленно», «весело – грустно», где позитивный и энергичный панк-рок сменяется депрессивным психоделом, а выход из депрессии знаменуется посредством бодрого и заводного темпа [33].

*В. Кипелов «Я свободен».* Около 60% респондентов воспринимают видеоролик как *печальный* и *страшный*, что, вероятно, связано с первоначальным вариантом текста (автор М. Пушкина), отражённым в музыке, который являл собою «мысли» солдата, погибшего на войне.

*Надо мною – тишина,  
Небо полное дождя,  
Дождь проходит сквозь меня,  
Но боли больше нет.  
Под холодный шёпот звёзд  
Мы сожгли последний мост,  
И всё в бездну сорвалось [34].*

Однако даже в окончательном варианте в исполнении В. Кипелова (переживание героя о «сожжённых мостах») музыка воспринимается с грустью и напряжением.

*Rammstein «Du Hast»*. Название песни «Du Hast» (с нем.: «У тебя есть») созвучно с «Du hast» (с нем.: «Ты ненавидишь»). Жанр – индастриал-метал, для которого характерен эпатаж с актуализацией тем ужаса, грубости, насилия, экстремально-го секса, сатанизма, смерти и т.п. Около 58% респондентов считают содержание жанра, характеризуя видеоролик как *страшный, печальный, энергичный, угрожающий*. Исполнительская интерпретация песни Rammstein при съёмке видеоклипа отсылает к фильмам «Бешеные псы» К. Тарантино (криминальный триллер) и «Затерянное шоссе» Д. Линча (психологический триллер), где в финале главные герои фильма умирают.

Таким образом, восприятие видеоролика в озвучке рок-музыки в 58–80% случаев связано с авторским замыслом и исполнительской интерпретацией.

#### **Народная музыка**

«*Во поле берёзонька стояла*». Широко известная с детского сада хороводная в восприятии видеоролика у 55% респондентов вызвала реакции *печальный и страшный*, что соответствует сути песни. Песня повествует о жизни девушки с опостылевшим старым мужем, которому она желает смерти:

*Вот тебе помои, умойся,  
Люли, люли, умойся.  
Вот тебе онуча/рогожа, утрися,  
Люли, люли, утрися.  
Вот тебе лопата, помолися,  
Люли, люли, помолися.  
Вот тебе камень, удавися/утопися,  
Люли, люли, удавися.*

Неслучайно А. Шнитке использует эту песню в опере «Жизнь с идиотом» по одноимённому рассказу В. Ерофеева, где «налицо картина сатанинского разгула зла, вечного по природе, но убий-

ственно агрессивного именно на родине песенки *Во поле берёза стояла*, которую ещё Чайковский не смог сделать до конца позитивным символом в музыке» [35, с. 207].

«*Валенки*». Духоподъёмная мелодия плясовой песни обусловила восприятие видеоролика как *забавного/весёлого* у 80,6% респондентов. Песня наиболее известна в исполнении Л. Руслановой.

Таким образом, восприятие видеоролика в озвучке народной музыки (около 55%) обусловлено традицией (использование песни в обучении детей младшего возраста), которая связана в том числе с культурной и возрастной адаптацией фольклора (редуцирование смыслов, связанных с элементами насилия, жестокости, канибализма и пр.). Плясовая влияет на восприятие ролика почти 81% респондентов согласно авторскому замыслу и исполнительской интерпретации.

Обобщённые данные по восприятию видеоролика согласно авторскому замыслу и исполнительской интерпретации представлены в таблице 2.

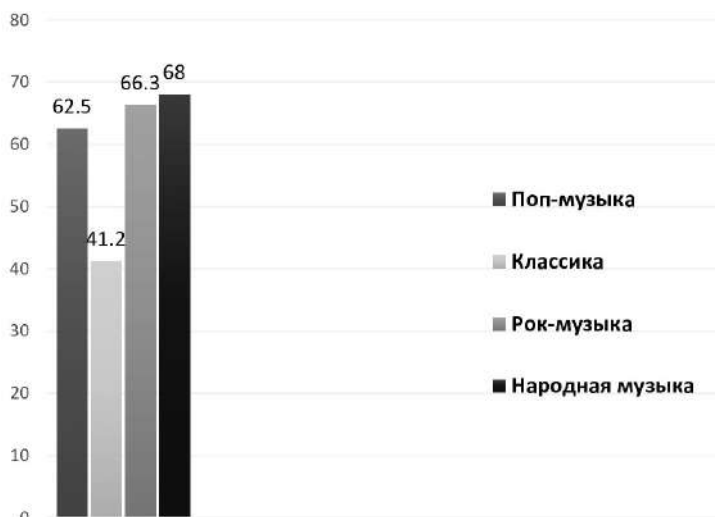
Более близко к авторскому замыслу и исполнительской интерпретации (0,81–0,85) воспринимается музыкальное сопровождение видеоролика, включающее формы танцевальной музыки и народной пляски. Наличие танцевальной формы в классической музыке (Концерты «Весна», «Осень») также приближает восприятие музыки согласно авторскому замыслу с 0,31–0,37 до 0,45–0,52, что требует дополнительной проверки. Частично это согласуется с данными, что эмоциональное содержание музыки, выражаемое спонтанным танцем, имеет чёткие взаимосвязи с Большой пятёркой личностных черт [36].

Средние значения по восприятию видеоролика согласно авторскому замыслу и исполнительской интерпретации представлены на рис. 9.

**Восприятие видеоролика согласно авторскому замыслу  
и исполнительской интерпретации (%)**

**Perception of the video according to the author's idea and performance interpretation (%)**

Музыкальный стиль	Жанр	Восприятие согласно авторскому замыслу и исполнительской интерпретации	Среднее значение
Поп-музыка	Баллада	40	62,5
	Танцевальная	81–85	
Классическая музыка А. Вивальди	Концерт № 1 «Весна»	52	41,2
	Концерт № 2 «Лето»	37	
	Концерт № 3 «Осень»	45	
	Концерт № 4 «Зима»	31	
Рок-музыка	Гранж	81	66,3
	Хеви-метал (баллада)	60	
	Индастриал-метал	58	
Народная музыка	Хороводная	55	68
	Плясовая	81	



*Рис. 9. Восприятие видеоролика согласно авторскому замыслу и исполнительской интерпретации: среднее значение (%)*

*Fig. 9. Perception of the video according to the author's idea and performance interpretation: average value (%)*



Здесь среднее значение является одной из мер центральной тенденции и показывает, что музыкальное сознание поколения Z строится на соотношении сознательного (знакомство с поп-музыкой и роком, опора на словесную ткань произведения и пр.) и бессознательного (незнание классики, фольклорных и архетипических смыслов музыки и пр.).

Полученные данные коррелируют с сущностными характеристиками музыкального сознания. «Бессознательный процесс спонтанной символизации переживаний, являясь большей частью сознания вообще и музыкального в частности, протекает как бы в обход личности, её волевых осознанных усилий» [2, с. 12]. Кроме того, исследователи отмечают чёткую и регулярную положительную взаимосвязь между знакомством с музыкой и симпатией к ней [37].

Наиболее сложно респондентам воспринимать классическую музыку: только около 40% респондентов декодируют эмоции авторского замысла. Субъективная сложность музыки снижает симпатии к ней; когда сложность становится слишком высокой, то люди начинают испытывать неприязнь к ней [37]. Верная интерпретация музыкального текста поп-музыки, рока и народной музыки колеблется в сопоставимых со статистической погрешностью пределах (62–68%) и связана с опытом.

Учитывая, что личностные черты менее всего оказывают влияние на различие эмоций (около 30%), вызываемых музыкой [18], и акустические предпочтения (относительно слабые связи) [22], можно говорить о специфике коллективной музыкальной личности поколения Z и его музыкальном сознании.

## Выводы

В данной статье вслед за понятиями *языковая личность* и *музыкальное сознание* вводятся понятия *музыкальная личность* и *коллективная музыкальная личность*, что требует соответствующего научного обоснования в дальнейшем. Однако данные понятия могут стать операциональными (применяемыми для изучения явлений, которые не поддаются прямому измерению) при изучении проблем педагогики и психологии музыкального образования.

Интерпретация аудиальных (музыка) и визуальных (изображение) знаковых репрезентаций и интерпретаций мультимодального сообщения в музыкальном сознании поколения Z позволила сделать следующие выводы. В мультимодальном сообщении (визуальный и музыкальный модусы) определяющее влияние на его восприятие оказывает музыка, а не изображение. Один и тот же видеоряд (динамичная демонстрация столкновения вереницы разбитых автомобилей) каждый раз порождает различную эмоциональную оценку при смене музыкального трека: поп-музыка – *забавный/весёлый* (0,645) или *печальный* (0,50); классика – *интригующий* (0,435); рок – *страшный* (0,321) или *забавный/весёлый* (0,328); народная музыка – *забавный/весёлый* (0,588) или *печальный* (0,267).

Анализ соответствия эмоциональных интерпретаций авторскому замыслу показал, что более точно (0,81–0,85) воспринимается музыкальное сопровождение видеоролика, включающее формы танцевальной музыки и народного танца (пляска). Наличие танцевальной формы в классической музыке также повышает восприятие музыкального ряда согласно авторскому замыслу с 0,31–0,37 до 0,45–0,52, но требуется дополнительная проверка.

Музыкальное сознание поколения Z строится на соотношении сознательного (знакомство с поп-музыкой и роком, опора на словесную ткань произведения и пр.) и бессознательного (незнание классики, фольклорных и архетипических смыслов музыки и пр.). Субъективная сложность музыки снижает способность к её декодированию согласно авторской интенции: только около 40% респондентов верно интерпретируют авторские эмоции. Верная интерпретация музыкального текста поп-музыки, рока и народной музыки колеблется в сопоставимых со статистической погрешностью пределах (62–68% респондентов) и обусловлена опытом.

Согласно отдельным исследованиям, личностные черты не оказывают концептуального влияния на различие эмоций, вызываемых музыкой [18; 22], что позво-

ляет говорить о специфике коллективной музыкальной личности поколения Z и его музыкальном сознании.

Перспективной представляется проверка восприятия мультимодального сообщения с использованием комбинаций различных модусов, вариативного музыкального и визуального материала, гендерной, географической и возрастной дифференциации выборки, а также совершенствования методики психосемиотических экспериментов. Большим потенциалом обладает включение в эксперименты музыкальных треков, созданных нейросетями.

Полученные данные могут быть полезны для выработки стратегий и подходов к формированию образовательного педагогического контента в музыкальной социализации, музыкальном воспитании и образовании.

## БИБЛИОГРАФИЯ

1. Морозова Н. В. О развитии образного мышления школьников в процессе музыкального образования // Музыкальное искусство и образование / Musical Art and Education. 2017. № 4 (20). С. 28–44.
2. Торопова А. В. Феномен музыкального сознания: методология исследования и развитие: автореф. дис. ... д-ра педагог. наук. М., 2009. 58 с.
3. Борисов Б. Б. «Предджазовая стадия музыкально-языкового сознания» как новая категория музыкознания и музыкального образования // Музыкальное искусство и образование / Musical Art and Education. 2022. Т. 10. № 1. С. 42–52. DOI: 10.31862/2309-1428-2022-10-1-42-52.
4. Рыжкова-Дудонова Т. А. Музыка в контексте культурной картины мира: автореф. дис. ... канд. культурологии. М., 2005. 16 с.
5. Кочетков А. В., Луков В. А. Культурная маргинальность // Знание. Понимание. Умение / Znanie Poniimanie Umenie, 2019. № 4. С. 248–250.
6. Королева Н. Н. Психосемиотика субъективных реальностей личности: автореф. дис. ... д-ра психол. наук. СПб., 2006. 36 с.
7. Глотова Г. А. Психосемиотика развития человека: дис. ... д-ра психол. наук. Екатеринбург, 1994. 560 с.
8. Веряев А. А. Семиотический подход к образованию в информационном обществе: дис. ... д-ра педагог. наук. Барнаул, 2000. 367 с.
9. Kress G., van Leeuwen T. Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication. London: Arnold; New York: Oxford University Press, 2001. 142 p.

10. Kress G. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge, 2010. 212 p.
11. Forte D. L. Music and Discourse: A Systemic-Functional Approach for Music Analysis in Multimodal Contexts // *Multimodality & Society*. 2023. Vol. 3. No. 1. Pp. 69–81.
12. Кибрик А. А. Мультимодальная лингвистика // *Когнитивные исследования: сборник научных трудов*. Вып. 4 / отв. ред. Ю. И. Александров, В. Д. Соловьев. М.: Ин-т психологии РАН, 2010. С. 134–152.
13. Омельяненко В. А., Ремчукова Е. Н. Поликодовые тексты в аспекте теории мультимодальности // *Коммуникативные исследования*. 2018. № 3. С. 66–78.
14. Азарова Л. Понятие языковой личности в лингвистике // *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Sectio FF Philologiae*. 2017. Vol. XXXV. Issue 1. Pp. 169-181. DOI: 10.17951/ff.2017.35.1.169.
15. Карасик В. И. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
16. Müllensiefen D., Gingras B., Stewart L., Musil J. Goldsmiths Musical Sophistication Index (Gold-MSI) v.1.0: Technical Report and Documentation. London: Goldsmiths, University of London, 2013. 68 p.
17. Князева Т. С. Диагностика музыкальности с помощью Gold-MSI-опросника в контексте потребностей музыкального образования // *Музыкальное искусство и образование / Musical Art and Education*. 2018. № 1 (21). С. 50–65
18. Gerstgrasser S., Vigl J., Zentner M. The Role of Listener Features in Musical Emotion Induction: The Contributions of Musical Expertise, Personality Dispositions, and Mood State // *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. 2023. Vol. 17(2). Pp. 211–224.
19. Kleć M., Wieczorkowska A., Szklanny K. et al. Beyond the Big Five Personality Traits for Music Recommendation Systems // *Journal on Audio, Speech, and Music Processing*. 2023. № 4. URL: <https://doi.org/10.1186/s13636-022-00269-0> (дата обращения: 19.11.2023).
20. *Handbook of Personality* / ed. by Oliver P. John, Richard W. Robins. Fourth Edition. New York, 2022. 942 p.
21. Barančuk U. The Five Factor Model of Personality and Emotion Regulation: A Meta-Analysis // *Personality and Individual Differences*. 2019. Vol. 139. Pp. 217–227.
22. Gjermunds N. et al. Personality Traits in Musicians // *Current Issues in Personality Psychology*. 2020, Vol. 8. No. 2. Pp. 100–107.
23. Kuckelkorn K. L., de Manzano Ö., Ullén F. Musical Expertise and Personality–Differences Related to Occupational Choice and Instrument Categories // *Personality and Individual Differences*. 2021. Vol. 173 (1). Pp. 110–573.
24. Flannery M. B., Woolhouse M. H. Musical Preference: Role of Personality and Music-Related Acoustic Features // *Music & Science*. 2021, Vol. 4. URL: <https://doi.org/10.1177/20592043211014014> (дата обращения: 19.11.2023).
25. Ruth N. et al. Personality and Engagement with Music: Results from Network Modeling in Three Adolescent Samples // *Psychology of Music*. 2023. URL: <https://doi.org/10.1177/030573562211353> (дата обращения: 19.11.2023).
26. Андреева В. А. Эстетический анализ темпоральной сущности музыки: автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2013. 21 с.
27. Костромитин П. А. Музыкальная индустрия: особенности модели рыночной структуры // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2018. Т. 8. № 7А. С. 83–89.

28. Лейблы России в 2023. Кто формирует музыкальный рынок? URL: <https://b1agency.ru/russian-music-label-2023> (дата обращения: 19.11.2023).
29. Евгений Григорьев. Официальный сайт. URL: <https://zheka.ru/diskografiya/текст-песен/рюмка-водки/> (дата обращения: 19.11.2023).
30. *Mordden E.* Le Quattro Stagioni (The Four Seasons), op. 8, nos. 1–4 // A Guide to Orchestral Music: The Handbook for Non-Musicians. New York: Oxford University Press, 1980. Pp. 63–65.
31. *Everett P.* Vivaldi: The Four Seasons and Other Concertos, op. 8. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 104 p.
32. *Philip R.* Antonio Vivaldi. Le Quattro Stagioni (The Four Seasons) // The Classical Music Lover's Companion to Orchestral Music. New Haven: Yale University Press, 2018. Pp. 875–880.
33. Музыка из Сиэтла под названием гранж. URL: <https://guitarprofi.ru/stili-muzuki-i-gruppi/stili-muzuki/granzh.html> (дата обращения: 19.11.2023).
34. Интервью с М. Пушкиной. URL: <http://www.mastersland.com/content/view/1107> (дата обращения: 19.11.2023).
35. Беседы с Альфредом Шнитке / сост., авт. вступ. ст. А. В. Ивашкин. М.: РИК «Культура», 1994. 302 с.
36. *Mendoza Garay J. I., Burger B., Luck G.* Exploring Relations between Big Five Personality Traits and Musical Emotions Embodied in Spontaneous Dance // Psychology of Music. 2022. Vol. 51(4). Pp. 1314–1332.
37. *North A., Hargreaves D.* Subjective complexity, familiarity, and liking for popular music // Psychomusicology. 1995. Vol. 14 (1–2). Pp. 77–93.

*Поступила 26.11.2023; принята к публикации 18.12.2023.*

*Об авторах:*

**64** **Шляхова Светлана Сергеевна**, зав. кафедрой «Иностранные языки и связи с общественностью» Пермского национального исследовательского политехнического университета (ПНИПУ) (Комсомольский пр-кт, 29, Пермь, Российская федерация, 614990), доктор филологических наук, доцент, [shlyahova@mail.ru](mailto:shlyahova@mail.ru)

**Ярмухаметов Никита Валерьевич**, магистрант Пермского национального исследовательского политехнического университета (ПНИПУ) (Комсомольский пр-кт, 29, Пермь, Российская федерация, 614990), [jarmuhametov.nikita@yandex.ru](mailto:jarmuhametov.nikita@yandex.ru)

*Авторами прочитан и одобрен окончательный вариант рукописи.*

## REFERENCES

1. Morozova N. V. O razvitií obraznogo myshleniya shkol'nikov v protsesse muzykal'nogo obrazovaniya [On the Development of Imaginative Thinking of School Students in the Process of Musical Education]. *Muzykal'noe iskusstvo i obrazovanie* = Musical Art and Education. 2017, no. 4 (20), pp. 28–44 (in Russian).

2. Toropova A. V. *Fenomen muzykal'nogo soznaniya: metodologiya issledovaniya i razvitie* [The Phenomenon of Musical Consciousness: Research Methodology and Development]: Extended abstract of the Doctoral Thesis of Pedagogical Sciences. Moscow, 2009. 58 p. (in Russian).
3. Borisov B. B. "Preddzhazovaya stadiya muzykal'no-yazykovogo soznaniya" kak novaya kategoriya muzykoznaniya i muzykal'nogo obrazovaniya ["The Pre-Jazz Stage of Musical-Language Consciousness" as a New Category of Musicology and Musical Education]. *Muzykal'noe iskusstvo i obrazovanie* = Musical Art and Education. 2022, vol, 10, no. 1, pp. 42–52 (in Russian). DOI: 10.31862/2309-1428-2022-10-1-42-52.
4. Ryzhkova-Dudonova T. A. *Muzyka v kontekste kul'turnoj kartiny mira* [Music in the Context of Cultural Pictures of the World]: Author's abstract of the Candidate's dissertation of Cultural Studies. Moscow, 2005. 16 p. (in Russian).
5. Kochetkov A. V., Lukov V. A. Kul'turnaya marginal'nost' [Cultural Marginality]. *Znanie. Ponimanie. Umenie* [Knowledge. Understanding. Skill]. 2019, no. 4, pp. 248–250. (in Russian).
6. Koroleva N. N. *Psikhosemiotika sub"ektivnykh real'nostej lichnosti* [Psychosemiotics of Subjective Realities of Personality]: Extended abstract of the Doctoral Thesis of Psychological Sciences. St. Petersburg, 2006. 36 p. (in Russian).
7. Glotova G. A. *Psikhosemiotika razvitiya cheloveka* [Psychosemiotics of Human Development]: Extended abstract of the Doctoral Thesis of Psychological Sciences. Ekaterinburg, 1994. 560 p. (in Russian).
8. Veryaev A. A. *Semioticheskij podkhod k obrazovaniyu v informatsionnom obshchestve* [Semiotic Approach to Education in the Information Society]: Extended abstract of the Doctoral Thesis of Pedagogical Sciences. Barnaul, 2000. 367 p. (in Russian).
9. Kress G., van Leeuwen T. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold; New York: Oxford University Press, 2001. 142 p.
10. Kress G. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge, 2010. 212 p.
11. Forte D. L. Music and Discourse: A Systemic-Functional Approach for Music Analysis in Multimodal Contexts. *Multimodality & Society*. 2023, vol. 3, no 1, pp. 69–81.
12. Kibrik A. A. Mul'timodal'naya lingvistika [Multimodal linguistics]. *Kognitivnye issledovaniya: sbornik nauchnykh trudov* [Cognitive Research: Collection of Scientific Papers]. Issue 4. Ed. Yu. I. Alexandrov, V. D. Solovyov. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, 2010. Pp. 134–152 (in Russian).
13. Omelianenko V. A., Remchukova E. N. Polikodovye teksty v aspekte teorii mul'timodal'nosti [Polycode Texts in the Aspect of the Theory of Multimodality]. *Kommunikativnye issledovaniya* [Communicative Research]. 2018, no. 3, pp. 66–78 (in Russian).
14. Azarova L. Ponyatie yazykovoj lichnosti v lingvistike [The Concept of Linguistic Personality in Linguistics]. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Sectio FF Philologiae*. 2017, vol. XXXV, issue 1, pp. 169–181 (in Russian). DOI: 10.17951/ff.2017.35.1.169.
15. Karasik V. I. *Yazykovoj krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Volgograd: Publishing House "Peremena", 2002. 477 p. (in Russian).
16. Müllensiefen D., Gingras B., Stewart L., Musil J. *Goldsmiths Musical Sophistication Index (Gold-MSI) v.1.0: Technical Report and Documentation*. London: Goldsmiths, University of London, 2013. 68 p.
17. Knyazeva T. S. Diagnostika muzykal'nosti s pomoshh'yu Gold-MSI-oprosnika v kontekste potrebnostej muzykal'nogo obrazovaniya [Diagnostics of Music Using the Gold-MSI Questionnaire

- in the Context of Trial Music]. *Muzykal'noe iskusstvo i obrazovanie* = Musical Art and Education. 2018, no. 1 (21), pp. 50–65 (in Russian).
18. Gerstgrasser S., Vigl J., Zentner M. The Role of Listener Features in Musical Emotion Induction: The Contributions of Musical Expertise, Personality Dispositions, and Mood State. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. 2023, vol. 17(2), pp. 211–224.
  19. Kleć M., Wieczorkowska A., Szklanny K. et al. Beyond the Big Five Personality Traits for Music Recommendation Systems. *Journal on Audio, Speech, and Music Processing*. 2023, no. 4. Available at: <https://doi.org/10.1186/s13636-022-00269-0> (accessed: 11.19.2023).
  20. *Handbook of Personality*. Ed. by Oliver P. John, Richard W. Robins. Fourth Edition. New York, 2022. 942 p.
  21. Baranczuk U. The Five Factor Model of Personality and Emotion Regulation: A Meta-Analysis. *Personality and Individual Differences*. 2019, vol. 139, pp. 217–227.
  22. Gjermunds N. et al. Personality Traits in Musicians. *Current Issues in Personality Psychology*. 2020, vol. 8, no. 2, pp. 100–107.
  23. Kuckelkorn K. L., de Manzano Ö., Ullén F. Musical Expertise and Personality–Differences Related to Occupational Choice and Instrument Categories. *Personality and Individual Differences*. 2021, vol. 173 (1), pp. 110–573.
  24. Flannery M. B., Woolhouse M. H. Musical Preference: Role of Personality and Music-Related Acoustic Features. *Music & Science*. 2021, vol. 4. Available at: <https://doi.org/10.1177/20592043211014014> (accessed: 19.11.2023).
  25. Ruth N. et al. Personality and Engagement with Music: Results from Network Modeling in Three Adolescent Samples. *Psychology of Music*. 2023. Available at: <https://doi.org/10.1177/030573562211353> (accessed: 19.11.2023).
  26. Andreeva V. A. *Esteticheskij analiz temporal'noj sushhnosti muzyki* [Aesthetic Analysis of the Temporal Essence of Music]: Author's abstract of the Candidate's dissertation of Philology. Moscow, 2013. 21 p. (in Russian).
  27. Kostromitin P. A. Muzykal'naya industriya: osobennosti modeli rynochnoj struktury [The Music Industry: Features of the Market Structure Model]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today, Tomorrow]. 2018, vol. 8, no. 7A, pp. 83–89 (in Russian).
  28. *Lejibly Rossii v 2023. Kto formiruet muzykal'nyj rynek?* [Russian Labels in 2023. Who Shapes the Music Market?] Available at: <https://b1agency.ru/russian-music-label-2023> (accessed: 19.11.2023) (in Russian).
  29. Evgeny Grigoriev. *Official Website*. Available at: <https://zheka.ru/diskografiya/tekst-pesen/ryumka-vodki/> (accessed: 19.11.2023) (in Russian).
  30. Mordden E. Le Quattro Stagioni (The Four Seasons), op. 8, nos. 1–4. *A Guide to Orchestral Music: The Handbook for Non-Musicians*. New York: Oxford University Press, 1980. Pp. 63–65.
  31. Everett P. *Vivaldi: The Four Seasons and Other Concertos, op. 8*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 104 p.
  32. Philip R. Antonio Vivaldi. Le Quattro Stagioni (The Four Seasons). *The Classical Music Lover's Companion to Orchestral Music*. New Haven: Yale University Press, 2018. Pp. 875–880.
  33. *Muzyka iz Sietla pod nazvaniem granzh* [Music from Seattle Called Grunge]. Available at: <https://guitarprofi.ru/stili-muzuki-i-gruppi/stili-muzuki/granzh.html> (accessed: 19.11.2023) (in Russian).
  34. *Interv'yu s M. Pushkinoj* [Interview with M. Pukina]. Available at: <http://www.mastersland.com/content/view/1107> (accessed: 19.11.2023) (in Russian).

35. *Besedy s Al'fredom Shnittke* [Conversations with Alfred Schnittke]. Comp., author. introduction by A. V. Ivashkin. Moscow: RIK "Culture", 1994. 302 p. (in Russian).
36. Mendoza Garay J. I., Burger B., Luck G. Exploring Relations between Big Five Personality Traits and Musical Emotions Embodied in Spontaneous Dance. *Psychology of Music*. 2022, vol. 51(4), pp. 1314–1332.
37. North A., Hargreaves D. Subjective complexity, familiarity, and liking for popular music. *Psychomusicology*. 1995, vol. 14 (1–2), pp. 77–93.

*Submitted 26.11.2023; revised 18.12.2023.*

*About the authors:*

**Svetlana S. Shlyakhova**, Head of the Department "Foreign Languages and Public Relations" of Perm National Research Polytechnic University (PNRPU) (Komsomolsky Prospekt, 29, Perm, Russian Federation, 614990), Doctor of Philology, Associate Professor, shlyahova@mail.ru

**Nikita V. Yarmukhametov**, Master's Student of Perm National Research Polytechnic University (PNRPU) (Komsomolsky Prospekt, 29, Perm, Russian Federation, 614990), jarmukhametov.nikita@yandex.ru

*The authors have read and approved the final manuscript.*