**Федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования
«Академия медиаиндустрии»**

На правах рукописи

Глазкова Елена Александровна

ХУДОЖЕСТВЕННО-ВЫРАЗИТЕЛЬНОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ТРАНСМЕДИЙНЫХ ЭКРАННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

Специальность 17.00.03 – Кино-, теле- и другие экранные искусства

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание учёной степени
кандидата искусствоведения

Научный руководитель:
кандидат искусствоведения, доцент
Пархоменко Яна Александровна

Москва – 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ……...**3**

ГЛАВА 1. Понятие трансмедийности в контексте современных экранных искусств..... **36**

1.1. Проблемы интерпретации понятия трансмедийности в современном искусствоведении.....**36**

1.2. Мультиплатформенная повествовательная модель в современных экранных искусствах.....**57**

1.3. Особенности процессов самоорганизации платформ, каналов и носителей в современной медиасфере.....**72**

1.4. Развитие концепции «инфотейнмента» как модели медиакультуры XXI века..... **91**

Выводы к первой главе.....**114**

ГЛАВА 2. Художественная природа трансмедийных экранных произведений.....**118**

2.1. Взаимовлияние художественно-выразительных, информационных и смыслообразующих аспектов современных трансмедийных произведений в интернет-пространстве..... **118**

2.2. Принцип самоподобия как способ структурно-сюжетной организации экранного контента.....**133**

2.3. Формы актуализации трансмедийных произведений в современных экранных искусствах.....**176**

Выводы ко второй главе.....**211**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....**214**

БИБЛИОГРАФИЯ..... **218**

ВИДЕО- И ФИЛЬМОГРАФИЯ..... **255**

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Понятийный аппарат исследования.....**261**

ВВЕДЕНИЕ

Начало XXI века стало временем глобальных и радикальных перемен, существенно повлиявших на социокультурную картину мира. Отечественные и зарубежные исследователи все чаще сосредотачиваются на множественных трансформациях в медиасфере и экранных искусствах, рассматривать которые целесообразно в контексте динамичного развития цифровых технологий[1]. По мнению ряда исследователей, сегодня формируется особая «цифровая эстетика», предметом которой выступают «техническое расширение возможностей человеческой чувственности»[2].

Отечественные медиаисследователи и киноведы, тем не менее, отмечают, что социокультурный «слом», который состоялся в начале XXI века, обусловлен не столько развитием технологий, сколько взаимовлиянием технико-технологического развития и мировосприятия современного человека: «его начало – не в самих технологиях, а в уходе определённых мыслительных форм <...> внутри которых содержится идея иерархии <...> и порядка»[3]. Цифровые технологии в условиях современной культуры, где «основным материальным носителем текстов является не письменность, а «экранность»[4], делают социокультурные перемены «видимыми» и удовлетворяют потребности современной аудитории в нелинейных повествовательных и эстетических моделях.

Выражаясь языком классика медиаисследований Маршалла Маклюэна, последовательность окончательно уступила место одновременности, а человек оказался в мире структуры и конфигурации[5]. Одновременность медийных процессов обеспечивается развитием сетевых и мобильных коммуникаций.

---

[1] Под цифровыми технологиями в данном исследовании понимается комплекс электронно-технических устройств, приборов и технологий обработки, регистрации, обмена и накопления информации в виде цифрового кода, а также её передачи в форме цифрового сигнала. – *Прим.авт.*

[2] Богатырёва Е.А. Философия культуры в эпоху (мульти)медийной воспроизводимости. Немецкая философия на рубеже веков: концепции искусства и культуры. М.: М-во культуры Рос. Федерации. Рос. ин-т культурологии, 2004. С.56-57.

[3] *Цит.по* Фролов Д. «Художник — это тот, кто назвал себя художником»: интервью с философом Олегом Аронсоном//Theory and practice. URL: https://theoryandpractice.ru/posts/15456-khudozhnik--eto-tot-kto-nazval-sebya-khudozhnikom-intervyu-s-filosofom-olegom-aronsonom (дата обращения 11.02.2017).

[4] Новые аудиовизуальные технологии. Сборник статей под редакцией К.Э.Разлогова//М.: Едиториал УРСС, 2005. – С.238.

[5] Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский.: КАНОН-Пресс-Ц.; Кучково поле, 2003. – С.9.

Нелинейная сетевая структура медиапространства обусловлена интернет-технологиями. Конфигурация, по определению подразумевающая взаимозависимое расположение каких-либо объектов[6], отсылает к компьютерным технологиям, точнее к их гибридной и адаптивной логике[7].

Таким образом, современные медийные процессы характеризуются симультанностью, дискретностью и способностью к образованию гибридных, неоднородных форм – своеобразных «медиаконфигураций».

Используя английский термин media в значении «средство коммуникации» («с окружающим миром <…> как природным, так и социальным»), реорганизующее «способ мировосприятия и образ жизни»[8], М.Маклюэн обозначает важную в рамках данного исследования взаимосвязь между медийными процессами и мышлением субъектов, принимающих в них участие и испытывающих их воздействие.

Современные медиа стремятся к максимальной адаптации к предпочтениям пользователя, своеобразному «синтезу» с ним[9]. Если медиа – это «расширение человека»[10], то «гибридизация» современных медиа привела к «гибридизации» медиапользователя. Сегодня «Человек расширенный» – это и «Человек с киноаппаратом», и «Человек кликающий»[11], и «Человек информационный»[12], и «Человек развлекающийся»[13], и «Человек играющий»[14], «Человек

---

[6] Толковый словарь Ушакова. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/839854 (дата обращения 11.02.2017).

[7] Анализируя аспекты влияния компьютерного программного обеспечения на мышление авторов и потребителей художественного и информационного контента, медиаисследователь Л.Манович перефразирует знаменитое высказывание М.Маклюэна «Средство коммуникации есть сообщение» (Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский.: КАНОН-Пресс-Ц.; Кучково поле, 2003. – С.6). Сегодня, по мнению Л.Мановича: «программное обеспечение есть сообщение» (Manovich L. Software is the Message//Journal of visual culture. URL: http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1470412913509459 (дата обращения 11.02.2017). – *Прим.авт.*

[8] *Цит.по* Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. К вопросу о понятийном аппарате медиаисследований//Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2014, №4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1658 (дата обращения 30.01.2017).

[9] В частности, современные поисковые программы (Google и др.) накапливают огромные объёмы данных о каждом конкретном пользователе, анализируют их и создают так называемые «пузыри фильтров» или «фильтры интересов», которые напрямую влияют на информацию, предлагаемую каждому пользователю. – *Прим.авт.*
(Что такое «пузырь фильтров» и как из него выбраться//Хабрахабр.
URL: https://habrahabr.ru/company/riddut/blog/295714/ (дата обращения 11.02.2017).

[10] Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский.: КАНОН-Пресс-Ц.; Кучково поле, 2003.

[11] Тарасенко В. В. Антропология Интернет: самоорганизация «Человека кликающего»//Общественные науки и современность. – 2000. – №5. С.111–120.; Тарасенко В.В. Человек кликающий: фрактальные нарративы // Международные чтения по теории, истории и философии культуры. – 1998 – Вып. 6. С.351.

[12] Уразова С.Л. Homo informaticus как тип личности. Конфликт зрелищного и реального на экране//Телевидение в границах синергетики. Вектор. Составляющие. Тенденция. М.: Академия медиаиндустрии, МА «РУСНИКА», 2012. С. 114.

[13] Уразова С.Л. «Зеркало Нарцисса» в контексте гуманитарных практик и экранных технологий//Медиаскоп, 2011,. №2. URL http://mediascope.ru/node/839 – С.7.

[14] Хейзинга Й. Homo Ludens. Сост., пер. и предисл. Д. В. Сильвестрова. Комм. Д. Харитоновича. – СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2011. – 416 с.

трансцендентный»[15], и «Человек мобильный»[16], и «Человек художественный», и «Человек технический»[17] в одном лице. Множественность исполняемых «ролей» трансформирует сознание субъекта медийных процессов.

В то же время, технико-технологическое развитие усугубляет способность медиасферы производить новые измерения «реальности». Массмедиа актуализируют свою форму реальности[18]. Интернет-пространство формирует собственную виртуальную реальность. Наконец, с помощью определённых технических устройств (очков, шлемов, пультов управления) развиваются особые экранные пространства, также обозначаемые как «виртуальная реальность».

Обращаясь во множестве обозначенных реальностей и взаимодействуя с ними, медиапользователь выступает как исследователь, информационный аналитик, художественный критик[19], зритель и, наконец, автор. В его руках сосредоточен высокотехнологичный инструментарий, специально разработанный для того, чтобы быть простым в познании и использовании[20]. Будучи максимально «техноёмкой» сферой, особенно остро на подобную «демократизацию» производства медиапродукта реагируют экранные искусства.

К.Э. Разлогов выделяет три аспекта взаимодействия технологий и творчества в условиях экранной культуры:

- Аппаратура для производства, тиражирования и распространения аудиовизуальной продукции;
- Организационно-технические правила создания аудиовизуального произведения;

---

[15] Трансцендентный человек (англ. Transcendent Man, США, 2009) – документальный фильм режиссёра Р.Б.Птолеми, посвящённый всемирно известному изобретателю и футурологу Р.Курцвейлу и технико-технологической сингулярности, т.е. прогнозируемому Р.Курцвейлом моменту, когда технико-технологический прогресс станет настолько стремительным и самоорганизованным, что «обгонит» человеческое понимание. – *Прим.авт.*

[16] Эко У. От мобильника к истине//inosmi.ru. URL: http://inosmi.ru/panorama/20051021/223221.html (дата обращения 11.02.2017).

[17] Новые аудиовизуальные технологии. Сборник статей под редакцией К.Э.Разлогова// М.: Едиториал УРСС, 2005. – С.104.

[18] Луман Н. Реальность массмедиа. Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. С.8–21.

[19] Новикова А. А. От художественной критики к продюсированию: трансформация профессии//Публикации НИУ ВШЭ. URL: https://publications.hse.ru/chapters/198429615 (дата обращения 2.04.2017). С.4-5.

[20] Авторы книги «Интеллектуальный инсульт. Как в мире роботов остаться человеком и не потерять себя» К.Николаев и Ш.Абдуллаева отмечают, что большинство современных технических устройств в обращении не сложнее выключателя освещения, вследствие чего пользоваться ими способны даже дети дошкольного возраста (Николаев К., Абдуллаева Ш. Интеллектуальный инсульт. Как в мире роботов остаться человеком и не потерять себя. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – С.37). – *Прим.авт.*

- Творческие правила создания аудиовизуального артефакта[21].

Можно утверждать, что повышение доступности аппаратуры привело к определённой степени нивелирования организационно-технических и творческих правил создания экранного продукта. Информационный и художественный экранный контент сегодня может создаваться людьми, которые ранее могли его лишь интерпретировать. Интерпретация никогда не была полностью «пассивной»[22], однако степень её активности и продуктивности ранее не была столь высока. Практически бесконечный поток «любительского» медиаконтента, оказывающего влияние на контент профессиональный, выступает одной из ключевых характеристик «глобальной деревни», также предсказанной М.Макклюэном[23]. Данный контент характеризуется неустойчивой структурой, мозаичностью, фрагментарностью, как следствие мироощущения создающих его субъектов и свойств применяемых для его создания технологий. Эти характеристики проявляются как на содержательном, так и на эстетическом уровнях.

Неустойчивость структуры, тем не менее, не подразумевает её отсутствия. Самоорганизация активных медиапользователей приводит к формированию «интерпретативных сообществ»[24], характеризуемых собственными информационными и эстетическими потребностями. Отношения профессионалов с данным сообществами в отечественной и зарубежной практике выстраиваются различным образом.

Зарубежный кинематографический и телевизионный процессы откликаются на запросы изменившейся аудитории и взаимодействуют с её сегментами (в том числе и достаточно узкими), что не всегда приводит к положительным с

---

[21] Новые аудиовизуальные технологии. Сборник статей под редакцией К.Э.Разлогова// М.: Едиториал УРСС, 2005. – С.192.

[22] В частности, активной и разноплановой роли читателя-интерпретатора художественного текста посвящена фундаментальная работа У.Эко «Роль читателя» (Эко У. Роль читателя: Исследования по семиотике текста. – СПб.: Симпозиум, 2007. – 502 с.).

[23] Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. – К.: Ника-Центр, 2004. – С.47.; Маклюэн М., Фиоре К. Война и мир в глобальной деревне. Пер. С англ. И.Летберга. – М.:АСТ, Астрель, 2012. – 219 [5] с.

[24] Данный термин утверждён в научном обращении С. Фишем и подразумевают объединения индивидов, к которых каждый конкретный «интерпретатор, читая [художественный] текст, не вычитывает некий истинный смысл текста, но истолковывает этот смысл <...> Однако <...> пути создания смысла ограничены теми институтами и сообществами, частью которых интерпретатор является» (Бусыгина Н.П. Феноменологический и герменевтический подходы в качественных психологических исследованиях// Культурно-историческая психология, 2009. №1. С.63). – *Прим.авт.*

художественной точки зрения результатам[25], однако, влечёт за собой эволюцию повествовательных и эстетических моделей экранной продукции. В отечественной практике преимущественно наблюдается игнорирование интересов значительных сегментов трансформирующейся аудитории. Наблюдается также определённое отставание в формировании новых моделей выстраивания экранного повествования, что отмечается отечественными исследователями, которые пытаются в своих трудах выявить причины сложившейся ситуации[26].

Тем не менее, активная креативная деятельность «интерпретативных сообществ» характерна и для западного, и для отечественного медиапространства. Важно отметить, что базируется данный вид деятельности на творческом переосмыслении контента, создаваемого профессионалами. Среда, в которой обращаются активные медиапользователи, склонна к художественным экспериментам, обновлению и свободному обращению с устоявшимися «канонами» традиционной экранной культуры. Обновлённые «каноны» впоследствии транслируются в среду профессиональную – и проявляют себя как на содержательном, так и на эстетическом уровнях.

Кроме того, как было отмечено выше, современный медиапользователь – это практически всегда исследователь[27], собирающий информацию, которая, с одной стороны, доступна, а с другой – бесконечна. «Горизонт неизвестности», ранее формируемый исключительно массмедиа, сегодня создаётся сообществами медиапользователей. Подобная бесконечность, «незавершаемость» любого информационного, медийного, коммуникационного процесса транслирует

---

[25] В частности, негативный аспект влияния индустрии комиксов на эстетику и сюжетику современных кинофильмов отмечают и отечественные, и западные аналитики. Например: Пророков Г. Почему в будущем каждый фильм — это «Мстители»//look at me. URL: http://www.lookatme.ru/mag/live/opinion/213979-marvel-cinematic-universe (дата обращения 02.02.2017); Doyle S. Age of Ultron Is Proof Marvel Is Killing the Popcorn Movie//Wired. URL: https://www.wired.com/2015/05/marvel-killing-the-popcorn-movie/ (дата обращения 02.02.2017). – *Прим.авт.*

[26] Данный вопрос поднимается, например, в выступлении отечественного культуролога Е. Лапиной-Кратасюк (Лапина-Кратасюк Е. Особенности новых медиа (видео)//ПостНаука – проект о современной фундаментальной науке и ученых, которые ее создают. URL: https://postnauka.ru/video/38005 (дата обращения 31.01.2017). – *Прим.авт.*

[27] К.Э.Разлогов отмечает аспекты исследовательской деятельности индивида в современном медиапространстве и соотносит её с формированием сообществ: «человек в век информации приобретает образование чаще на основе информационного потока с экрана, а не на основе систематического обучения. <...> Индивидуальная культура перестает быть общей для всех людей даже одной страны. Она составляется из кусочков и из-под нее уплывают основания - знания, разделяемые всеми. В пределе общество становится фрагментарным. Оно уже теперь состоит из групп, объединенных общими интересами, увлечениями, профессией, религией, политическими предпочтениями и т. д.» (Разлогов К.Э. Экранный гипертекст//Экранная культура в современном медиапространстве: методология, технологии, практики. М. – Екатеринбург: Уральский рабочий, 2006. С.13). – *Прим.авт.*

своеобразную эстетику бесконечности и экранным продуктам, бесконечно расширяющимся в неоднородном медиапространстве.

Предположения современных медиатеоретиков о «чистой процессуальности» современного кинематографического пространства, для которого характерен «эффект заворожённости <...> бесконечные ремейки – все, что работает с публикой как моделью общества в целом <...> сфера <...> знаков, которые не отсылают нас к какому-то смыслу, а лишь дают отсылку одного знака к другому»[28] также можно соотносить с бесконечностью, незавершаемостью, в сущности, любого экранного продукта, рождённого в современном медиапространстве.

К.Э.Разлогов говорит об электронике как о «современной фазе того, что Вальтер Беньямин в свое время называл технической воспроизводимостью произведения искусства, которая лишает их ауры неповторимости, в результате чего они превращаются в потребительский товар»[29]. С помощью технологий «любой может приобщиться к творчеству»[30]. Более того, наиболее прогрессивные формы экранного повествования сегодня строятся, опираясь на активное участие медиапользователей, на стимулирование аудитории к творческому соучастию.

В результате сотворчества профессионалов и любителей может рождаться как экранный продукт, направленный исключительно на выполнение информационных или коммуникативных функций, так и экранное произведение, наделённое собственным художественно-эстетическим своеобразием. Сложность заключается в том, что неоднородность как преследуемых создателями задач, так и вовлекаемых ими в процесс сотворчества средств, затрудняет процесс дистанцирования экранного продукта от экранного произведения. Неслучайно О.В.Аронсон отмечает: «современное искусство существует в рамках массовой культуры, мы не можем отрывать одно от другого, называть одно искусством,

---

[28] *Цит.по:* Фролов Д. «Художник — это тот, кто назвал себя художником»: интервью с философом Олегом Аронсоном//Theory and practice. URL: https://theoryandpractice.ru/posts/15456-khudozhnik--eto-tot-kto-nazval-sebya-khudozhnikom-intervyu-s-filosofom-olegom-aronsonom (дата обращения 11.02.2017).

[29] Разлогов, К.Э. Культура и культуры в эпоху интернета//Развитие и экономика, 2011. №1. URL: http://devec.ru/section-iv/35-k-razlogov-kultura-i-kultury-v-epohu-interneta.html (дата обращения 11.02.2016).

[30] Там же.

а другое – бизнесом»[31].

На уровне медиафилософии подобный экранный контент, в котором граница между художественной, информационной и коммуникативной функцией трудно различима, отсылает к конфликту трансцендентного и трансцендентального[32], характерному для современной медиасферы. В то время как понятие трансцендентальный обозначает «определяющий априорные условия возможного опыта»[33], трансцендентный означает «переступающий границы возможного опыта»[34]. Экранные произведения и продукты, рассматриваемые в данной работе, могут подразумевать:

- выход аудитории за грань достижимого опыта, полное погружение в вымышленный мир;
- получение нового опыта, наиболее полное осмысление которого возможно лишь при соблюдении определённых «априорных» условий в предыдущем личном опыте воспринимающего субъекта;

Данный конфликт иллюстрируется синхронным развитием в современной медиакультуре двух векторов переосмысления категории опыта как таковой. Первый вектор заключается в развитии концепции «развлекательного опыта», в форму которого может эволюционировать экранный продукт. Подобный результат достигается, например, за счёт интеграции в кинофильм элементов, характерных для игровой индустрии[35], индустрии комиксов, интерактивных элементов; эволюции экранного зрелища в статус коллективного развлечения[36] или технологического аттракциона[37] и др.

---

[31] Фролов Д. «Художник — это тот, кто назвал себя художником»: интервью с философом Олегом Аронсоном//Theory and practice. URL: https://theoryandpractice.ru/posts/15456-khudozhnik--eto-tot-kto-nazval-sebya-khudozhnikom-intervyu-s-filosofom-olegom-aronsonom (дата обращения 11.02.2017).

[32] Различные аспекты актуализации данных категорий в современной медиасфере через призму телевидения рассматривает С.Л.Уразова (Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Диссертация на соискание степени доктора филологических наук. – М., 2012. – С.167-168, 173, 205, 394-410.)

[33] Энциклопедия Брокгауза и Ефрона. – СПб.: Брокгауз-Ефрон. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz/21178 (дата обращения 11.02.2017).

[34] Там же.

[35] В данной работе в качестве примера интеграции игровых элементов в художественное экранное произведение рассматривается кинофильм «Хардкор» (англ. Hardcore Henry, Россия-США, 2015, реж. И.Найшуллер). – *Прим.авт.*

[36] Так, например, фильм Ж.Крыжовникова «Самый лучший день» (Россия, 2015) представляет собой «караоке-комедию». Во время просмотра зрители могут подпевать персонажам с помощью текста песен, встроенного в видеоряд. – *Прим.авт.*

[37] В качестве примера можно привести так называемые 5D и 4D-кинотеатры, по сути, представляющие собой высокотехнологичные аттракционы. Изображение в формате 3D дополняется движением кресел, скоординированным с движением, демонстрируемым на экране, специальными световыми эффектами и эффектами, имитирующими колебания

Второй вектор ряд исследователей характеризует как «эссификация»[38] культуры. Данный термин происходит от понятия «эссе», подразумевающего художественное отражение глубоко личного переживания, личного опыта; своеобразное персонифицированное «остранение» произвольно вычленяемых объектов реальности.

Понятие остранения было введено в искусствоведение В.Б.Шкловским[39]. «Остранённая» вещь, явление или проблема, которой посвящено эссе, демонстрируется в неожиданном ракурсе, выводится из привычного контекста, становится странной и важной: «сам предмет <…> превращается в метод <…>, в точку отсчёта, первопонятие. Предмет, постигаемый эссеистически, как бы сам создаёт дисциплину о себе, из объекта методологии превращается в субъект, из мыслимого понятия – в мыслящее понимание самого себя»[40]. Данная модель стремится к доминированию в современной интернет-культуре и находит своё воплощение в гибридных аудиовизуальных формах: критических и поэтических видеоэссе, «мэшапах»[41], видеоблогах, видеообзорах и др.

Симультанное развитие двух векторов медиакультуры можно частично соотнести с тезисами Н.Лумана о высоком и тривиальном искусстве (развлечении). Перечисленные выше объекты интернет-культуры и медиакультуры не всегда могут быть отнесены к «высокому» искусству, вопрос о существовании которого находится сегодня под сомнением. Тем не менее, информация в них «имеет самореферентный характер <...> оценивается в пределах смысловой сети, рекурсивно порождаемой художественным произведением»[42]. В то же время для массового, развлекательного сектора

воздуха, запахи, и даже капли на лицах зрителей. Таким образом создаётся эффект присутствия, вовлечения и «полного погружения» воспринимающего субъекта в вымышленную реальность. – *Прим.авт.*

[38] Wampole C. The Essayification of Everything//Opinionater. The New York Times, 2013. URL: https://opinionator.blogs.nytimes.com/2013/05/26/the-essayification-of-everything/?_r=0 (дата обращения 11.02.2017).

[39] Шкловский В.Б. Искусство как прием. URL: http://www.opojaz.ru/manifests/kakpriem.html (по изданию – Шкловский В. Б. О теории прозы. – М.: Круг, 1925. С.7-20).

[40] Эпштейн М.Н. Эссеистика как нулевая дисциплина. URL: http://www.emory.edu/INTELNET/mt_essayistic.html (дата обращения 10.05.2016).

[41] Мэшап (от англ. mash-up, смешивать) – многозначный термин, важный в контексте данной работы, и всегда означающий какой-либо гибрид. В музыкальной индустрии, мэшап – это музыкальная композиция, состоящая из нескольких популярных произведений, в литературе – произведение, в основе которого лежит другое, часто классическое, в сочетании с элементами нового жанра, нередко чуждого первоисточнику; в экранных искусствах – креативная монтажная компиляция разнородных видеоматериалов. – *Прим.авт.*

[42] Филиппов А. Реальность массмедиа. Никлас Луман//Отечественные записки. № 4, 2003//Журнальный зал. URL: http://magazines.russ.ru/oz/2003/4/2003_4_46.html (дата обращения 31.03.2017).

экранной культуры действительно в первую очередь имеет значение воздействие информации: «поражает ли она, интригует ли и т. п»[43]. Важно, что данные векторы, которые условно можно обозначить как «масштабное развлечение» и «глубоко личное художественное переживание» или «личная оценка» в современной медиакультуре не полярны, а находятся в ситуации постоянного взаимовлияния.

Экранные произведения, зарождающиеся в условиях такого взаимодействия, полифоничны по своей природе и предполагают не только «диалог»[44] зрителя и экрана, но полилог множества зрителей и множества художественных текстов внутри единого демократичного информационного универсума.

Сложившаяся в современном экранном медиапространстве ситуация формирует узел проблем, нуждающихся в научном осмыслении. Обозначенная проблематика освещаются и анализируются отечественными медиисследователями с точки зрения культурологии, филологии, социологии, теории коммуникаций. Однако наблюдается дефицит искусствоведческого анализа наблюдаемых в медиасфере процессов. В то же время в экранных искусствах формируются новые повествовательные модели; развивается и усложняется художественная выразительность экранных произведений; возникают новые «гибридные» формы и жанры.

Необходимо выявить аспекты медийных процессов и медиапространства, влияющие на зарождение художественно-эстетической специфики экранных произведений, обращающихся в современной медиасфере. Это вызвано в первую очередь тем, что данная специфика напрямую обусловлена социокультурными переменами, преломляемыми и отражаемыми экранной культурой. Выявление данных социокультурных аспектов необходимо для анализа реакции отечественных экранных искусств на вызовы современной медиасферы и прогнозирования возможных перспектив. Проблематика данной работы

---

[43] Там же.

[44] «...экран выступает как истинный собеседник, не мертвый исполнитель одних и тех же жестов и слов, а участник диалога, вступающий в обратную связь с каждым из зрителей в отдельности» (Лотман Ю. М., Цивьян Ю. Г. Диалог с экраном. – Таллинн: Александра, 1994. – С.6).

подразумевает:

- обращение к вопросам интерпретации многозначного понятия трансмедийности в современном искусствоведении;
- рассмотрение основных аспектов генезиса мультиплатформенных повествовательных моделей и гибридных аудиовизуальных форм в современных экранных искусствах;
- выявление предпосылок к процессам самоорганизации медиаплатформ, медиаканалов и медианосителей;
- анализ особенностей современной медиакультуры, формируемой под воздействием интеграционных медийных процессов и технико-технологической конвергенции;
- определение особенностей интернет-пространства, обеспечивающих условия для формирования любительской и псевдолюбительской медиасред;
- выявление принципов структурно-сюжетной организации мультиплатформенного экранного контента;
- анализ примеров актуализации трансмедийных экранных произведений.

Актуальность темы исследования

Термин «трансмедийность» фигурирует в отечественной научной мысли с середины первого десятилетия XXI века, однако, однозначно принятое в научном сообществе определение данного явления на текущий момент не выведено. В научных и научно-популярных трудах «трансмедийность» обозначается и как «сущностная характеристика сценарного текста»[45], и как «актуальный тренд [тенденция] современного телевидения»[46], и «характерная черта современной медийной ситуации»[47], и «философия контента»[48], и даже «идеология», предполагающая «объединение разных типов контента (например, телевизионного и игрового) и предоставление медийного продукта на различных платформах»[49].

---

[45] Идлис Ю.Б. Категория автора в тексте сценарной адаптации (на материале сценариев Гарольда Пинтера). Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – М., 2006. С.34.

[46]Безруков А. Мультиэкранность и трансмедийность// Издание для профессионалов платного телевидения «Кабельщик». URL: http://www.cableman.ru/node/20430 (дата обращения 15.01.2017).

[47] Ромашко С.А. Идлис Ю.Б. Медийность, трансмедийность и восприятие текста. Программа курса.

[48] Качкаева А. Образ медиа будущего//Искусство кино, 2013. №7.

[49]Безруков А. Мультиэкранность и трансмедийность// Издание для профессионалов платного телевидения «Кабельщик». URL: http://www.cableman.ru/node/20430 (дата обращения 15.01.2017).

В качестве категории, контекстуально связанной с феноменом мультиплатформенности современной медиасферы, трансмедийность утвердил американский исследователь медиа, коммуникаций и аудиовизуальных искусств Г.Дженкинс, который ввёл в научное и научно-популярное обращение понятие «трансмедийного повествования» (англ. transmedia storytelling)[50]. В наиболее общей трактовке такой вид повествования обозначает нелинейное разворачивание одной истории на разных платформах. А.С. Сумская уточняет, что «трансмедийное изложение может быть представлено в виде гигантского лобзика, где кусочки [вымышленного мира] существуют в различных платформах, а абоненты [представители любительской и псевдолюбительской медиасред], потребляя изолированные болванки, комбинируют их, создавая большую историю»[51]. Подобную аналогию ранее в своём исследовании цитировала С.Л.Уразова[52] со ссылкой на одно из первых профессиональных мероприятий, посвящённых вопросам трансмедийного повествования.

Основные векторы исследований данного вида повествования в экранных искусствах задаются определением «импульса», запускающего процесс построения трансмедийного повествования. Можно выделить три основных модели мультиплатформенных экранных произведений:

- Произведения, в которых выстраивание трансмедийного повествования ведётся «от авторов» или «сверху», то есть спланировано на ранних этапах создания мультиплатформенного произведения и далее координируется авторами. Опираясь на классификацию американского продюсера и трансмедиа-исследователя А.Филлипс, этот подход также называют «подходом Восточного побережья (США)». Такие проекты «ориентированы на интернет <...> и интерактивность и <...> ближе к независимому, авторскому и документальному кино, чем к кино Голливуда»[53].

---

[50]Jenkins H. Transmedia Storytelling//MIT Technology review, 2003. URL: https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/ (дата обращения 31.01.2017).

[51] Сумская А.С. Теоретико-методологические основания продюсирования трансмедийных проектов// Вестник Челябинского государственного университета, 2015. No 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 338.

[52] Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Диссертация на соискание степени доктора филологических наук. – М., 2012. С.406.

[53] *Цит.по* Мосалова Г. Продвижение истории через историю: трансмедийные проекты для ТВ// Cossa – интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. URL: http://www.cossa.ru/152/93709/ (дата обращения 18.04.2017).

- Произведения и продукты, в которых выстраивание трансмедийного повествования ведётся «от маркетологов» или «из центра», осуществляемое по мере необходимости рекламного продвижения экранного произведения в медиасфере. Также может обозначаться как «подход Западного побережья (США)», где «трансмедийными называются большие франшизные[54] истории, в которых кусочки сюжета распределены между разными платформами: фильмом, комиксом, видеоигрой»[55].
- Произведения и продукты, в которых построение трансмедийного повествования ведётся «от аудитории». Данный тип фактически характеризуется самоорганизацией трансмедийного повествования. Медийное расширение может получить импульс к возникновению и продолжить развитие в любой момент создания или обращения экранного произведения в медиасфере. Подобная повествовательная самоорганизация приводит к возникновению феномена «трансмедийной сериальности», – то есть формирования неочевидных ассоциативных взаимосвязей между различными медиаобъектами; изначально несвязанными художественными текстами; вымышленными и реальными фактами и т.д.[56]

Большинство исследований, выделяя тот или иной источник формирования трансмедийности, косвенно затрагивают и два других, так как актуализация практически каждого мультиплатформенного экранного произведения в медиасфере подразумевает их сочетание. Тем не менее, «происхождение» того или иного источника напрямую влияет на художественно-выразительную специфику экранного произведения, которая также нуждается в научном анализе.

В процессе построения трансмедийной модели могут быть в различной степени и различным образом задействованы платформы, каналы и носители,

---

[54] Медиафраншиза (от англ. media franchise) – совокупность разнородных медиаматериалов, в рамках которой актуализируется единый сюжетный и/или образно-тематический строй какого-либо художественного произведения, как правило, частично или полностью защищённый авторским правом. – *Прим.авт.*

[55] *Цит.по* Мосалова Г. Продвижение истории через историю: трансмедийные проекты для ТВ// Cossa – интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. URL: http://www.cossa.ru/152/93709/ (дата обращения 14.04.2017).

[56] Данный феномен также был обозначен Г.Дженкинсом (Jenkins H. Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling//Confessions of an Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins. URL: http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html) и впоследствии расширен другими исследователями (в частности, Kustritz A. Seriality and Transmediality in the Fan Multiverse: Flexible and Multiple Narrative Structures in Fan Fiction, Art, and Vids // TV/Series, 2014. Т.6, С. 225 – 261). – *Прим.авт.*

каждый из которых обладает собственным уникальным языком. Неоднородность медиаплатформ и медиаканалов, составляющих мультиплатформенные экранные произведения, обусловливает смысловую и художественную многослойность, а также сложность восприятия подобных произведений.

Процессы увеличения количества и усложнения логики взаимодействия множества медиаплатформ наряду с трансформациями аудитории обусловливают возникновение новых гибридных аудиовизуальных форм – трансмедийных произведений. В таких произведениях актуализируется особое свойство современной медиасферы, обозначаемое в рамках данной работы как «трансмедийность». Ряд отечественных и западных исследователей связывает развитие трансмедийности с рождением «принципиально нового способа думать о развлечении»[57], так как всевозможные формы информационных и коммуникационных сообщений, обращаясь в медиасфере, сегодня фактически представляют из себя «своеобразные гибриды, стремящиеся информировать и просвещать, ни на секунду не прекращая развлекать»[58]. Формируя комплексы собственных художественно-выразительных средств, художественных и повествовательных приёмов, стилевых и композиционных особенностей, подобные гибридные аудиовизуальные формы оказывают влияние на художественный язык кинематографа и телевидения, а также экранную культуру в целом.

Степень научной разработанности темы

В отечественных гуманитарных исследованиях наиболее полный анализ трансмедийность и трансмедийное повествование получили с позиций филологии, теории коммуникаций, журналистики и лингвистики.

В ряде исследований трансмедийность не связывается напрямую с экранными искусствами. С.В. Иванова и О.Е.Артемова рассматривают феномен

---

[57] Женченко М. Эволюция терминов «мультимедиа», «кросс-медиа», «трансмедиа» в развитии цифрового сторителлинга. URL: http://mediastudies.eu/Numery/2016_4_67/zenczenko-uk.pdf (дата обращения 29.03.2017).

[58] Новикова А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата//Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика, 2010. № 6. С.56-65. Цитируется по версии на электронном ресурсе http://library.ua/ (дата обращения 02.04.2017).

«трансмедийной журналистики», характеризуя его как «новый облик массмедийной коммуникации», сформированный вследствие обращения в интернет-пространстве гибридных медиатекстов. Данный тип коммуникации, по мнению исследователей, обладает способностью манипулировать восприятием реципиента, так как добавляя различные мультимедийные материалы в текст статьи, размещённой в Интернете, журналист «силой» доносит до воспринимающего субъекта те или иные идеи, даже если сама статья подвергается лишь беглому просмотру[59]. Е.В.Прасолова уравнивает понятия «трансмедийной истории» и «мультимедийной истории», описывая эволюцию журналистского текста[60]. В.Э.Шевченко использует термин «трансмедиа» и трактует его как «технологию, в которой для раскрытия события привлекаются все современные виды медиа, форматы и цифровые платформы» с целью расширения целевой аудитории[61].

Ю.Б.Идлис трактует трансмедийность как «сущностную характеристику» сценарного текста и связывает её с перформативностью, – нацеленностью текста на актуализацию в границах другого медиа, т.е., буквально, исполнение[62]. Исследовательница также вводит категорию «трансмедийного воображения»[63], необходимого для восприятия художественного текста, изначального рассчитанного на актуализацию в рамках нескольких медиа.

Аспекты трансмедийности, связанные с построением трансмедийных повествовательных структур в экранных искусствах и наиболее значимые для данной работы, раскрываются в исследованиях С.Л.Уразовой[64] и Н.Л.Соколовой[65].

Наравне с термином «трансмедийное повествование» С.Л.Уразова

---

[59] Иванова С. В., Артемова О. Е. Маршрутизация восприятия и воздействующий потенциал политического интернет-медиатекста//Политическая лингвистика, 2013. №3 (45). С.36.

[60] Прасолова Е.В. Функционально-стилевые особенности мультимедийной истории как жанра интернет-сми. Автореферат на соискание учёной степени кандидата филологических наук. М., 2016. С.18.

[61] Шевченко В.Э. Визуальные коммуникации: тенденции форм и технологий передачи информации//Вестник Челябинского Государственного Университета, 2015. №5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С.189

[62] Идлис Ю.Б. Категория автора в тексте сценарной адаптации (на материале сценариев Гарольда Пинтера). Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – М., 2006. С.34.

[63] Там же. С.45-52.

[64] Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Диссертация на соискание степени доктора филологических наук. – М., 2012. С.394-410.

[65] Соколова Н. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик. Диссертация на соискание учёной степени доктора философских наук. Самара, 2010. С. 169-197.

использует понятие «трансцендентальное повествование»[66], характеризуя так «новый вид экранной коммуникации», к которому обращается современное телевидение. Трансмедийная модель рассматривается в контексте характерного для виртуального пространства Интернета «экранного реализма в действии»[67], то есть ситуации, при которой за счёт коммуникации, творческой и креативной деятельности и самопрезентации медиапользователей в Интернете происходит формирование особого образа «повседневности, открытой для всеобщего обозрения» и фактическое «нивелирование понятий “время” и “пространство”»[68]. С.Л.Уразова также выдвигает тезис, согласно которому «преимущество трансмедийного повествования в том, что [трансмедийные телевизионные произведения] обращены к объективной реальности, а через вовлечение <...> медиапользователей <...> достигается и в самой объективной реальности изменение социальной действительности»[69].

Ряд отечественных медиаисследователей также отмечает особую форму характерного для интернет-культуры реализма, «из которого ушла причинно-следственная связь и идея линейности времени. Картина мира нового зрителя фрагментирована, контекст не обязателен, нет однократности выбора. Есть возможность вернуться к предыдущему действию (и драматизм от этого сильно падает), поливариантность выбора»[70]. Подчёркивается, тем не менее, иной его аспект: «сама идея истинности как единственно правильного ответа на вопрос сильно меняется»[71].

Н.Л.Соколова рассматривает социально-философские аспекты трансмедийности в контексте современной популярной культуры. Используя термин «трансмедиа», исследовательница характеризует его как «продвижение контента через множественные медиаканалы, из которых хотя бы один является

---

[66] Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Диссертация на соискание степени доктора филологических наук. – М., 2012. С. 405.
[67]Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Диссертация на соискание степени доктора филологических наук. – М., 2012. С. 405.
[68] Там же.
[69] Там же. С.407.
[70] Шерстобоева Е. А., Копалкина Т. Г., Лученко К. В., Новикова А. А., Санданов А. Б. Культура в Интернете. Интернет-культура. Культура России. 2000-е годы/Под общей редакцией: Е. П. Костина, рук.-ль авторского коллектива А. Я. Рубинштейн. – СПб.: Алетейя, 2012. – С.723.
[71] Там же.

интерактивным, с целью создания целостного тематического мира и координированного опыта развлечения», уточняя: «трансмедиа – это специфический *способ медиапроизводства* <...> [и] сам медийный *«продукт»* (хотя о трансмедиа как о «продукте» можно говорить лишь условно, поскольку это, скорее, процесс, чем результат <...> [и] новые культурные практики потребителей и специфический опыт восприятия современных масс-медиа»[72]. Анализируя активную роль аудитории, Н.Л. Соколова также закрепляет в отечественном понятийном аппарате трансмедийного повествования категории «интерпретативных сообществ» – то есть групп медиапользователей, участвующих в создании произведения, и «культуры участия», делающей это участие возможным благодаря цифровым технологиям в целом и интернет-технологиям в частности[73]. Ранее вопросы соприкосновения подобных «интерпретативных сообществ» и трансмедийности художественных текстов на примере литературного феномена «фанфикшн»[74] рассматривались в исследовании К.А. Прасоловой[75].

Выявляя «теоретико-методологические основания продюсирования трансмедийных проектов», то есть фактически анализируя модель создания трансмедийных произведений «сверху», отечественный медиаисследователь А.С.Сумская рассматривает в качестве практического примера отечественный трансмедийный проект телеканала СТС «Кухня»[76] (2012-2016 гг., продюсер В.Муругов и др.[77]).

Большинство указанных отечественных исследователей, обращаясь к проблематике трансмедийности и мультиплатформенности современной

---

[72] Соколова Н. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик. Диссертация на соискание учёной степени доктора философских наук. Самара, 2010. С. 171.

[73] Там же. С.177, 197, 208.

[74] Фанфикшн (от англ. fan fiction) – комплекс литературных произведений, созданных поклонниками того или иного художественного произведения.

[75] Говоря о феномене творческой деятельности поклонников художественного произведения, К.А.Прасолова опирается на концепцию конвергенции как «непротиворечивого слияния разнонаправленных тенденций в современной культуре, выражающегося в демократизации творческого процесса и фрактальной трансмедийности результата» (Прасолова К.А. Фанфикшн: литературный феномен конца XX-начала XXI века (творчество поклонников Дж.К.Ролинг). Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата филологических наук. – Калининград, 2009. – 24 с.) – *Прим.авт.*

[76] Сумская А.С. Теоретико-методологические основания продюсирования трансмедийных проектов// Вестник Челябинского государственного университета, 2015. No 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 338, 340.

[77] Здесь и далее при указании **отечественных** кино-, теле- и веб-произведений и продуктов страна производства будет специально указываться только в случае копродукции с другими странами. Для **зарубежных** кино-, теле и веб-проектов в выходных данных обязательно указывается страна производства. – *Прим.авт.*

медиасферы, в той или иной степени ссылаются на корпус научных и научно-популярных работ крупнейшего западного исследователя трансмедийного повествования Г.Дженкинса, посвящённых популярной культуре[78], «культуре участия» и «интерпретативным сообществам»[79]; формированию новых медиа и медиаконвергенции[80].

В частности, отечественный исследователь медиа и культуролог Е.Г. Лапина-Кратасюк, говоря о соотношении понятий «новые медиа» и «трансмедиа», предлагает трактовку, согласно которой суть трансмедийного повествования по Г.Дженкинсу – в создании «механизмов», благодаря которым медиапользователи собирались бы в сообщества и производили контент. По мнению Е.Г.Лапиной-Кратасюк, трансмедийное повествование не развито в отечественной практике так, как в зарубежной, в силу наблюдающейся социальной разобщённости[81]. Эти и другие аспекты реализации трансмедийного повествования в отечественной медиасфере обстоятельно рассматриваются также в исследователя медиа и коммуникаций Р.Р.Гамбарато[82].

Работа исследователя цифровых медиа и коммуникаций К.А.Сколари, написанная в соавторстве с П.Бертетти и М.Фриманом, «Трансмедиа археология»[83], также входит в круг основополагающих исследований трансмедийности, вписывая трансмедийность в историко-культурный контекст и позволяет соотносить её развитие с развитием медиасферы как таковой. Другие

---

[78]Jenkins H., Shattuc J., Hop on Pop: The Politics and Pleasures of Popular Culture. McPherson T. Duke University Press Books; Geral edition, 2003. 748 с.; Jenkins H. The Wow Climax: Tracing the Emotional Impact of Popular Culture. New York University Press, 2007. – 292 с.

[79] Jenkins H. Textual poachers. Television Fans & Participatory Culture. – New York and London: Routledge, 1992. – 346 с.; Jenkins H. Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture. NYU Press, 2006. – 279 с.; Jenkins H., Purushotma R., Weigel M., Clinton K., Robison A.J. Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century. – London, Cambridge: The MIT Press, 2009. – 129 с.; Jenkins H., Ito M., Boyd D. Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics. – Cambridge: Polity, 2015. – 160 с.

[80]Jenkins H. Shresthova S., Gamber-Thompson L., Kligler-Vilenchik N., Zimmerman A. By Any Media Necessary: The New Youth Activism, Connected Youth and Digital Futures. NYU Press, 2016. – 352 с.; Thorburn D., Jenkins H. Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition. The MIT Press, 2004. – 416 с.; Jenkins H., Thorburn D. Democracy and New Media. The MIT Press, 2003. – 385с; Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York University Press, 2006. – 308 с.; Jenkins H., Ford S., Green J. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. NYU Press, 2013. – 352 с.

[81] Лапина-Кратасюк Е.Г. Особенности новых медиа (видео)//ПостНаука – проект о современной фундаментальной науке и ученых, которые ее создают. URL: https://postnauka.ru/video/38005 (дата обращения 31.01.2017).

[82] Lapina-Kratasyuk E., Gambarato R.R. Transmedia Storytelling Panorama in Russian Media Landscape//Russian Journal of Communication, 2015. URL:http://dx.doi.org/10.1080/19409419.2015.1121789; Gambarato R.R. Transmedia Storytelling in Russia: The Moral of the Story//Высшая Школа Экономики. URL: regconf.hse.ru/uploads/18692ac691fbc3f96f7b56177f7496a7e5452e9b.doc; Gambarato R.R., Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations//Baltic Screen Media Review, 2013. Т.1. С 80-100; Gambarato R.R. Signs, Systems and Complexity of Transmedia Storytelling//Communication Studies, 2012. №12. С. 69– 83.

[83] Scolari C.A., Bertetti P., Freeman M. Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines. London.: Palgrave Macmillan., 2014. – 95 с.

работы К.А.Сколари фокусируются на архитектонике трансмедийных проектов, особенностях их аудитории и семиотической природе[84].

Внимания заслуживают также научно-популярные труды практиков экранных искусств, реализующих в своей профессиональной деятельности модель трансмедийного повествования – учебное пособие А.Филлипс, ориентированное на авторов трансмедийных произведений[85], и работы писателя, сценариста игровых и трансмедийных проектов, Ч.Вендига[86].

Для данного исследования также значимы работы западных теоретиков и практиков медиа, анализирующих различные аспекты трансмедийности и трансмедийного повествования: С.Аткинсон[87], Р.Праттена[88], Т.В.Леуварден[89], Э.Эванс[90], Ч.Х.Дэвис[91], и других.

Для данного исследования были также привлечены материалы учебного курса Университета Сонгюнгван «Трансмедийное повествование»[92].

Теоретическая база исследования

Необходимый теоретический контекст для анализа трансмедийности и трансмедийного повествования в современных экранных искусствах составлен корпусом разноплановых научных трудов.

Настоящий момент характеризуется сдвигом в медиакультуре, формированием Интернета как нового пространства актуализации экранных произведений и развитием технологий, способствующих экспериментам в экранных искусствах. Трансмедийное повествование обладает обширным

---

[84] Scolari C. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds and Branding in Contemporary Media Production // International Journal of Communication.Т.3, 2009 С.586-606.

[85] Phillips A. A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms. New York: McGraw-Hill Education, 2012. – 288с.

[86]Wendig C. 25 things you should know about transmedia storytelling // Terrible minds. URL: http://terribleminds.com/ramble/2012/04/17/25-things-you-should-know-about-transmedia-storytelling/ (дата обращения 30.10.2016).

[87] Atkinson S. The Performative Functions of Dramatic Communities: Conceptualizing Audience Engagement in Transmedia Fiction // International Journal of Communication 8, 2014. С. 2201–2219.

[88] Pratten R. Getting Started with Transmedia Storytelling. A practical guide for beginners. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2011. – 106 с.

[89] Leeuwerden T. v. Transmedia Storytelling The benefits of Participative Consistency and the Hidden Markov Model. NHTV Breda University of Applied Sciences, 2015. – 91 с.

[90] Evans E. Transmedia Television. Audiences, New Media, and Daily Life. New York, London: Routledge, 2011. – 207 с.

[91] Davis C.H. Audience Value and Transmedia Products // T. Storsul and A. Krumsvik (eds.), Media Innovations (Göteborg: Nordicom), 2013. – С.175-190.

[92]Transmedia storytelling//FutureLearn. URL: https://www.futurelearn.com/courses/transmedia-storytelling (дата обращения 31.01.2017)

потенциалом для творческого экспериментирования практиков экранных искусств. В этом контексте особо значимы исследования теоретиков экранных искусств – Л.В.Кулешова[93], С.М.Эйзенштейна[94], В.И.Пудовкина[95], Д.Вертова[96], М.И.Ромма[97], и др. Среди зарубежных классиков экранных искусств следует отметить работы Л.Деллюка[98], А.Базена[99], З.Кракауэра[100] и др.

Анализ мультиплатформенных экранных произведений в качестве художественных систем опирается на фундаментальный труд М.С.Кагана «Морфология искусства»[101]. Для трансмедийного повествования важны вопросы соотношения формы и содержания в сложных повествовательных структурах, а также перевода образно-тематических структур из одной знаковой системы в другую. Теоретический базис исследования включает в себя труды представителей отечественной формальной школы: В.Б.Шкловского[102], Ю.Н. Тынянова[103], В.Я. Проппа[104]; структуралистского направления – Ю.М.Лотмана[105], В.П. Руднева[106], а также зарубежных исследователей, касавшихся в своих исследованиях вопросов нарративной семиотики, соотношения структурализма и постструктурализма и интертекстуальности художественного дискурса: У.Эко[107], Р.Барта[108], Ю.Кристевой[109]; Ж. Бодрийяра[110]; нарратологов – Ж.Женетта[111],

---

[93] Kuleshov on Film: Writings by Lev Kuleshov. University of California Press, 1975. – 237с.
[94] Эйзенштейн С. М. Избранные произведения: В 6 т. [Электронные книги, Т. 1-6]. По изданию – М.: Искусство, 1964-1971. – 696+566+672+790+600+560 с.
[95] Пудовкин В.И. Кинорежиссёр и киноматериал. По изд.: Вс. Пудовкин. Собрание сочинений в трёх томах. Том 1. М.: "Искусство", 1974. стр. 167-180. URL: http://kinoseminar.livejournal.com/13457.html (дата обращения 30.10.2016).
Пудовкин В. И. О монтаже. По изд.: Вс. Пудовкин. Собрание сочинений в трех томах. Том 1. М.: "Искусство", 1974. стр. 167-180. URL: http://kinoseminar.livejournal.com/13457.html (дата обращения 28.09.2016).
[96] Вертов Д. Статьи, дневники, замыслы. Под ред. С.Дробашенко [Электронная книга]. По иданию – М.: Искусство, 1966. – 320с.
[97] Ромм М. Избранные произведения в 3-х томах. Т.1. М.: Искусство, 1980. – 576 с.
[98] Деллюк Л. Фотогения. – М.: Новые вехи, 1924. – 164 с. Отсканированный текст.
[99] Базен А. Что такое кино? – М.: Искусство, 1972. – 383 с.
[100] Кракауэр З. Природа фильма: Реабилитация физической реальности. – М.: Искусство, 1974. – 235 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://realskill.ru/wp-content/uploads/blog/krakauer.pdf (дата обращения 27.09.2016).
[101] Каган М.С. Морфология искусства. М.: Искусство, 1972.– 440 с.
[102]Шкловский В. Искусство как прием. URL: http://www.opojaz.ru/manifests/kakpriem.html (по изданию – Шкловский В. Б. О теории прозы. – М.: Круг, 1925. С.7-20; дата обращения – 21.09.2016).
[103]Тынянов Ю. Н. Поэтика. История литературы. Кино. Электронная библиотека RoyalLib.com.
URL: http://royallib.com/book/tinyanov_yuriy/poetika_istoriya_literaturi_kino.html (дата обращения 17.08.2016)
[104] Пропп В.Я. Морфология «волшебной» сказки. Исторические корни волшебной сказки. – М., 1998. – 335 с.
[105] Лотман Ю. М. Структура художественного текста. – М.: Искусство, 1970. – 384 с. Лотман Ю. М., Цивьян Ю. Г. Диалог с экраном. – Таллинн: Александра, 1994. – 144 с. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Библиотека Максима Мошкова. URL: http://lib.ru/CINEMA/kinolit/LOTMAN/kinoestetika.txt
[106] Руднев В. П. Реальность как ошибка. – М.: Гнозис, 2011. – 320 с.
[107] Эко У. Открытое произведение: Форма и неопределенность в современной поэтике. – СПб.: Академический проект, 2004. – 384 с.; Эко У. Отсутствующая структура: Введение в семиологию. – СПб.: Симпозиум, 2004. – 544 с.; Эко У. Полный назад! – М.: ЭКСМО, 2007. – 584 с.; Эко У. Роль читателя: Исследования по семиотике текста. – СПб.: Симпозиум, 2007. – 502 с.
[108] Барт Р. Введение в структурный анализ повествовательных текстов//Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. – М.: Издательская группа «Прогресс», 2000.; Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. URL:

В.Шмида[112]. Исследование касается также вопросов психологии творчества и восприятия, опираясь на классические труды Л.С.Выготского[113] и Р.Арнхейма[114].

Особое значение для данного исследования имеют фундаментальные работы М.М.Бахтина, касающиеся вопросов полифонических структур художественных текстов, диалогизма (диалога культур, сознания, эстетики диалога), амбивалентности («карнавального смеха и слова»)[115], а также ряд трудов современных исследователей[116].

При анализе проблематики обращения экранного произведения в технологичном медиапространстве, данное исследование опирается на основополагающие работы немецкого философа и теоретика культуры В.Беньямина[117], медиафилософа М.Маклюэна[118]. Вопросы формирования «двойной реальности» массмедиа, системного подхода к анализу мультиплатформенных экранных произведений и самовоспроизводства медиасистем рассматриваются в данной работе в контексте фундаментальных работ немецкого социолога Н.Лумана[119].

---

http://yanko.lib.ru/books/cultur/bart-all.htm (дата обращения 20.10.2016); Барт Р. Третий смысл: Исследовательские заметки о нескольких фотограммах С. М. Эйзенштейна//Строение фильма, сборник статей под ред. К.Разлогова. – М.: Радуга, 1984. Барт Р. Camera lucida. – М.: Ad Marginem, 1997.

[109] Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики. – М.: РОССПЭН, 2004. – 656 с.

[110] Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.; Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. – М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. – 240 с.; Бодрийяр Ж. Соблазн.– М.: Ad Marginem, 2000. – 319с.

[111] Женетт Ж. Фигуры. В 2-х тт. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1998.

[112] Шмид В. Нарратология. 2-е изд. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – 312 с.

[113] Выготский Л. С. Психология искусства. 3-е изд. – М.: Искусство, 1986. – 573 с.

[114] Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. – М.: БГК им. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 392 с.

[115] Бахтин М. М. Автор и герой. К философским основам гуманитарных наук. – СПб.: Азбука, 2000. – 234 с.; Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики.–М.: Художественная литература, 1975. – 504 с. Бахтин М.М. Из жизни идей. – М.: Лабиринт, 1995. –151 с. Бахтин М.М. Проблемы творчества Достоевского. URL: http://www.vehi.net/dostoevsky/bahtin/index.html Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. – М.: Советская Россия, 1979. – 320 с. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.

[116] Библер В.С. Михаил Михайлович Бахтин, или поэтика культуры (На путях к гуманитарному разуму). – М.: Гнозис, 1991, 170с.; Волкова Е.В., Богатырева Е.А. В большом времени культуры: М.М.Бахтин// Вестник Московского университета. Сер.7. Философия, 1991. №1. С.48–58; Хаминова А.А., Зильберман Н.Н. Теория интермедиальности в контексте современной гуманитарной науки//Вестник Томского государственного университета, 2014. № 389. С. 38–45; Дьяконов Г. В. Диалогийная концепция эстетики и литературоведения М. М. Бахтина [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://hpsy.ru/public/x3070.htm (дата обращения: 17.11.2016); Уразова С.Л. О площадной экранной культуре и принципах формообразования ее продукта. Возвращение к истокам//Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2011. №2. URL: http://www.mediascope.ru/node/816; Богуславская С.М. Диалог в трудах М.М. Бахтина. URL: http://vestnik.osu.ru/2011_7/3.pdf (дата обращения 20.10.2016).

[117] Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. – М.: Медиум, 1996. – 240 с.

[118] Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский.: КАНОН-Пресс-Ц.; Кучково поле, 2003.

[119] Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.; Луман Н. Почему необходима системная теория? URL: http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2971 (дата обращения 22.02.2017). Луман Н. Невероятность коммуникации//Гуманитарные технологии. URL: http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2972 (дата обращения 22.02.2017).

Теоретическую основу работы также составили труды М.И.Кривошеева, посвящённые перспективам развития и технологической специфике цифрового телевидения[120]. Различные аспекты развития экранной культуры, важные для анализа трансмедийности и трансмедийного повествования, а также вопросы взаимодействия Интернета, кинематографа и телевидения представлены в трудах отечественных медиаисследователей и киноведов К.Э.Разлогова[121], О.В.Аронсона[122], Н.А.Хренова[123], М.Б.Ямпольского[124], М.Е.Голдовской[125].

Работа опирается на труды отечественных исследователей медиасферы и экранных искусств – Н.И.Дворко, М.И.Жабского, А.А.Калмыкова, В.В.Кравцова, В.Ф.Познина, С.Л.Уразовой, В.С.Хелемендика, Н.А.Цыркун, Я.Ю. Кемница, Я.А.Пархоменко, а также работы отечественных культурологов и искусствоведов Е.Н.Коротковой, С.И.Борисова, А.В.Соловьёва, И.В.Кукулина, А.А. Деникина, В.В.Тарана, в которых раскрываются важные для данного исследования проблемы современной медиасферы, медиакультуры и экранных искусств, в частности, проблематика культурной, жанровой и медиагибридизации; аспекты интерактивности как художественно-выразительного средства мультимедийных сред; спектр вопросов, связанных с текстуальной и аудиовизуальной составляющими интернет-пространства, развитием интернет-сми, интернет-телевидения и других новых медиа; аспекты производства смыслов и создания новых форм медиареальности; процессы взаимовлияния крупнейших коммуникационных институтов; трансформаций медиасистем и жанровых

---

[120] М.И.Кривошеев. На пороге новой эры развития цифрового ТВ-вещания//«Broadcasting. Телевидение и радиовещание», 2013. №2; Кривошеев М.И. Экран в новом времени. – Вестник ВГИК, 2010, № 2. и др.

[121] Разлогов К. Э. Мировое кино: история искусства экрана. – М.: Эксмо, 2011. – 687 с.; Разлогов К. Э. Проблема трансформации повествований//Вопросы философии. №2, М.,1979.; Экранная культура. Теоретические проблемы: сборник статей под редакцией К.Э.Разлогова. СПб.: «ДМИТРИЙ БУЛАНИН», 2012. – 752 с.

[122] Аронсон О. Коммуникативный образ: (Кино. Литература. Философия). М.: Новое литературное обозрение, 2007. – 384 с; Аронсон О. В. Метакино. – М.: Ad Marginem, 2003. – 262 с.; Аронсон О.В. Образы информации. – URL: http://iphras.ru/elib/Vliyan_Internet_7.html (дата обращения 7.07.2016)

[123] Хренов Н. А. Медиа в начале второго десятилетия XXI века: от ренессанса к кризису // Вопросы культурологии. – 2013. – № 12. С.34–41; Хренов Н.А. Кризис медиа в контексте кризиса культуры//Культура культуры. 2014. №1 (1) С.40-52; Хренов Н.А. Взаимодействие зрелищных и визуальных форм в современной культуре//Культура культуры. 2014. №4 (4) С.125-140.

[124] Ямпольский М. Память Тиресия. Интертекстуальность и кинематограф. М.: РИК Культура, 1993. – 464 с.; Ямпольский М. Язык – тело – случай: Кинематограф и поиски смысла. М.: НЛО, 2004, 376 с.

[125] Голдовская М.Е. Творчество и техника: Опыт экранной публицистики. М.: Искусство, 1986. – 218 с.

структур новых медиа; вопросы конвергенции информационно-коммуникативных практик и др.[126]

Важные для данного исследования аспекты инфотейнмента в отечественной практике; вопросы интернет-культуры; гибридности телевизионного формата; особенности медиапотребления, характерные для отечественной аудитории, и другие актуальные в рамках изучения трансмедийности вопросы, рассмотрены в работах отечественного исследователя экранных искусств и куратора ряда образовательных программ, посвящённых трансмедийному медиапроизводству, А.А.Новиковой[127].

Контекстуально связаны с трансмедийностью исследования теоретика новых медиа Л.Мановича, посвящённые языку новых медиа, процессам медиагибридизации и множественным аспектам влияния развития технико-

---

[126] Дворко Н.И. Режиссура мультимедиа: генезис, специфика, эстетические принципы. Диссертация на соискание учёной степени доктора искусствоведения. СПб, 2004. – 334 с.; Дворко Н.И. Интерактивный документальный фильм как феномен цифровой эпохи//ИСОМ. 2014. №5 С.301-307; Дворко Н.И. Интерактивные музыкальные видео: симбиоз инновационных технологий и искусства//Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №11 С.25-28; Кинематограф - зеркало или молот?/Под ред. Жабского М.И. – М.: Канон+, 2010. – 536с.; Калмыков А.А. Образы НОО. Матрица ключевых посланий/научное издание. – Москва: Медиаиндустрия, 2013. – 370 с.; Шкондин М. В., Коханов Е. Ф., Кравцов В. В. Жанровая структура новых медиа в условиях трансформации медиасистемы//Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – 2015. – № 2. С.317-327; Кравцов В.В. Инновационные изменения в медиапространстве современной России//Журналист. Социальные коммуникации, 2015. № 3-4 (19-20). С.130-135.; Познин В.Ф. Экранное творчество: современные тенденции//Вестник ТГУ. 2008. №7 С.425-428; Уразова С.Л. Телевидение в границах синергетики. Вектор. Составляющие. Тенденция. М.: Академия медиаиндустрии, МА «РУСНИКА». 2012. 114 с.; Уразова С.Л. Шаг ТВ в виртуальную реальность как проекция развития//Вестник ВГИК. 2016. №4(30). С.146-150; Уразова С.Л. О противостоянии медиумов и новых формах экранного продукта//Вестник ВГИК. 2013. №18. С.138-144; Хелемендик В. С. К вопросу о понятиях «Взаимодействие СМИ» и «Конвергенция СМИ//Вестник электронных и печатных СМИ. № 16. URL: http://www.ipk.ru/index.php?id=2230 (дата обращения 22.03.2017); Цыркун Н.А. Комикс и кинематограф: общий генетический код//Артикульт, 2013. № 1 (9). С.4-10; Кемниц Я.Ю. Визуальные эффекты: закат империи аттракционов?//Вестник электронных и печатных СМИ. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, № 23, 2015, С. 109 – 120; Кемниц Я.Ю. Методика контроля плотности информационных потоков в аудиовизуальном произведении//Выступление 20 апреля 2016 г. XIII Всероссийская конференция «Экраны и публичные пространства в Новое и Новейшее время», ГИИ, 2016; Пархоменко Я. А. Художественная природа римейка. Ч. 1–3. М.: ФГОУ ДПО ИПК работников телевидения и радиовещания, 2011. 180 с.; Пархоменко Я.А. Провокативные ресурсы современной медиасреды. Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. Научный сборник под редакцией С.Л. Уразовой. Серия «Пространство медиа-коммуникации». – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. 50–62 с.; Борисов С.И. Видеоконтент в Интернете: эффект «вирусной» распространяемости//Социальные аспекты современного вещания в России/под ред. Л.Ю. Мальковой, О.В. Тихоновой. – Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, 2014. С.120–132; Соловьев А. В. Новая эстетика информационной эпохи: искусство как база данных//Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2009. №8. С.50-55; Кукулин И. В. Машины зашумевшего времени: как советский монтаж стал методом неофициальной культуры. — М.: Новое литературное обозрение, 2015. – 536 с.; Деникин А.А. Мультимедиа и искусство: от мифов к реалиям//Художественная культура. URL: http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2014-3/yazyki/843.html (дата обращения 5.12.2016); Таран В.В. Культурологический анализ интернет-телевидения в контексте развития информационно-коммуникационных технологий. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата культурологии. М., 2015. – 24 с; Таран, В.В. К вопросу о разграничении базовых понятий в контексте современного развития наук об информации// Меди@льманах. – 2014. – No4. С.18-25.

[127] Novikova A. Infotainment on Russian TV as a tool of desacralization of Soviet myths and creation of a myth about the future//IC Revista Científica de Información y Comunicación, 2014. №. 11; Новикова А. А. Аттракционы на телеэкране//Обсерватория культуры, 2007. № 5. С.31-37; Новикова А. А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб.: Алетейя, 2008. – 208с.; Шерстобоева Е. А., Копалкина Т. Г., Лученко К. В., Новикова А. А., Санданов А. Б. Культура в Интернете. Интернет-культура//В кн.: Культура России. 2000-е годы /Рук.: А. Я. Рубинштейн; под общ. ред.: Е. П. Костина. СПб.:Алетейя, 2012. С. 719-739.; Новикова А. А. Телевизионная картина мира как объект исследования//Вестник РГГУ. Серия: Филологические науки, 2012. № 13 (93). С.217-226.; Новикова А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата//Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика, 2010. № 6. С.56-65; и др.

технологической сферы на эстетику аудиовизуальных искусств[128]. Важную в рамках исследования трансмедийности категорию иммерсивности обстоятельно раскрывает в своих научно-популярных работах исследователь цифровых медиа и журналист Ф.Роуз[129].

Междисциплинарный комплекс исследований, вошедших в теоретический базис данной работы, также включает в себя труды Н.А. Носова по виртуальной психологии и виртуалистике[130]; труды по кибернетике В.Ф.Турчина[131]; затрагивающие вопросы виртуальной реальности работы Н.Б.Маньковской[132]; публикации литовского исследователя информационного общества А. Аугустинайтиса, посвященные инфотейнменту[133]; исследования Э.Хухтамо, раскрывающие понятия «экранологии» (англ. screenology) и археологии медиа[134]; а также комплекс работ по социологии[135], теории информации и информационному обществу[136], филологии и лингвистике в реалиях интернет-среды, в частности, касающиеся обращения в ней гибридных художественных и трансмедийных текстов[137] и др.

---

[128] Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2001. – 400 pages.; Manovich L. Understanding Hybrid Media. [Электронныйресурс]. URL: http://manovich.net/index.php/projects/understanding-hybrid-media (дата обращения 29.10.2016).

[129] Rose F. The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories. New York.: W. W. Norton & Company – 384 с.

130 Носов Н. А. Виртуальная психология. – М.: Аграф, 2000. – 432 с.; Носов, Н. А. Три философии. Сборник статей под ред. И. А. Акчурина – Виртуалистика. Экзистенциальные и эпистемологические аспекты. М: Прогресс-Традиция, 2004. – 383 с.

[131] Турчин В. Инерция страха. социализм и тоталитаризм. Издание второе. Нью-Йорк: "Хроника", 1978, 295 с.; Турчин В.Ф. Феномен науки: Кибернетический подход к эволюции. Изд. 2-е – М.: ЭТС, 2000. – 368 с.

[132] Маньковская, Н. Б. Виртуалистика: художественно-эстетический аспект. Сборник статей под ред. И. А. Акчурина – Виртуалистика. Экзистенциальные и эпистемологические аспекты. М: Прогресс-Традиция, 2004. – 383с.

[133]Augustinaitis A. Infotainment: Cultural Hypertext of Double Virtuality. URL: http://proceedings.informingscience.org/IS2001Proceedings/pdf/AugustinaitiisEBKCultur.pdf (дата обращения 30.01.2017); Augistinaitis A. Today as a Transinformativity. Sociology. Thought and action. 1999. №4(6). С.28-43 URL: http://www.journals.vu.lt/sociologija-mintis-ir-veiksmas/article/view/7014 (дата обращения 30.01.2017); Augistinaitis A. Today as transinformationality. Sociologija. Mintis ir veiksmas. 1999. Nr. 4 (6). p. 28-44. (дата обращения 30.01.2017).

[134] Huhtamo E. Elements of Screenology: Toward an Archaeology of the Screen. Токио: ICONICS: International Studies of the Modern Image. 2004. С. 31–82;

[135] Поцелуев С.П. Политические ПАРАдиалоги. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008. 391 с., Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.:КАНОН-ПРЕСС-Ц. Кучково поле, 2000. – 304 с.; Виноградова Н.Л. Диалогическая сущность социального взаимодействия. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора философских наук (специальность – социальная философия). – Волгоград, 2007. – 30 с.

[136] Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.; Karnani M., Pääkkönen K., Annila A. The physical character of information // Proc. R. Soc. London, 2009. URL: http://rspa.royalsocietypublishing.org/content/465/2107/2155 (дата обращение, 8.09.2016); Landauer R. The physical nature of information. URL: http://cqi.inf.usi.ch/qic/64_Landauer_The_physical_nature_of_information.pdf (дата обращния 19.05.2016); Lash S. Critique of information. SAGE Publications Ltd. 2002, С.75

[137]Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения//Политическая лингвистика. 2007. №21. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/kreolizovannyy-tekst-aspekty-izucheniya-1 (дата обращения 29.12.2016); Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков (проблемы и приоритеты). От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетии. Коллективная монография под редакцией Я. Н. Засурского и Е. Л. Вартановой. М., МГУ, 2000. С.73; Колокольцева Т.Н. Интертекстуальность и гипертекстуальность в интернет-коммуникации: к вопросу о соотношении категорий // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». No1(28). Январь 2014. С.

Вопросы эссеизма как одного из ключевых направлений в современной медиакультуре рассматривается в данной работе с теоретической отсылкой на исследования культуролога и литературоведа М.Н.Эпштейна[138].

В теоретическую базу исследования входит также комплекс гуманитарных исследований, посвящённых процессам самоорганизации и принципу самоподобия в экранных произведениях (Г.А.Дуарте и др.[139]), медиасфере, мышлении, познании (В.В.Тарасенко[140]); культуре, медиа и искусстве (Е.В.Николаева и др.[141]), исследовательском дискурсе и социологии[142].

Эмпирическая база исследования составлена зарубежными и отечественными экранными произведениями и продуктами, в которых в различной степени и различными методами актуализирована категория

30-34.; Корытникова, Н.В. Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества //Социологические исследования. 2007. No 2. С. 85.

[138] Эпштейн М. Н. Знак пробела: О будущем гуманитарных наук. – М.: НЛО, 2004. – 864 с.; Эпштейн М.Н. Парадоксы новизны. О литературном развитии XIX-XX веков. М.: Советский писатель, 1988. – с.370; Эпштейн М. Философия возможного. С-Пб.: Алетейя, 2001. – 262 с.

Эпштейн М.Н. Эссе об эссе. URL: http://www.emory.edu/INTELNET/esse_esse.html (дата обращения 31.01.2017); Эпштейн М.Н. Эссеистика как нулевая дисциплина. URL: http://www.emory.edu/INTELNET/mt_essayistic.html (дата обращения 31.01.2017).

[139] Duarte G.A. Fractal Narrative. About the Relationship Between Geometries and Technology and Its Impact on Narrative Spaces. – Bielefeld: Transcript Verlag, 2014. – 380 с.; Ключникова В.Ю. Дискурсивная репрезентация системы возможных художественных миров в жанре «Бондианы». Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата филологических наук. – Иркутск, 2012, – 28 с.; Шаев Ю.М. Пространство и время виртуального нарратива: фрактальный подход//Гуманитарный вектор. Серия: Философия, культурология, 2016. №2 С.88-91 и др.

[140] Тарасенко В.В. Логико-методологические аспекты концепции фрактала. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата философских наук. – М., 1998. 26 с.; Тарасенко В.В. Метафизика фрактала//Цифровая библиотека по философии. URL: http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000254/ (дата обращения 01.02.2017); Тарасенко В.В. Фрактальная геометрия природы: социокультурное измерение//Синергетическая парадигма. Многообразие поисков и подходов. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. с.191-214.; Тарасенко В.В. Познание как фрактальное блуждание в мире. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.rinotel.ru/fractal/poznanie-kak-fraktalnoe-bluzhdanie-v-mire.html (дата обращения 2.02.2017); Тарасенко В. В. Антропология Интернет: самоорганизация «Человека кликающего»// Общественные науки и современность. – 2000. – №5. С.111–120.; Тарасенко В.В. Человек кликающий: фрактальные нарративы//Международные чтения по теории, истории и философии культуры, 1998 – Вып. 6. С.351; Тарасенко В.В. Фрактальная семиотика: «слепые пятна», перипетии и узнавания. - М.: Книжный дом «Либроком, 2009. – 228 с. Аршинов В.И., Данилов Ю.А., Тарасенко В.В. Методология сетевого мышления: феномен самоорганизации. Онтология и эпистемология синергетики, 1997. С.101-119.

Тарасенко В.В. Фрактальная логика - М.: ЛИБРОКОМ, 2009. –120 с. Тарасенко В.В. Метафизика фрактала. [Электронный режим]. URL: https://scholar.google.ru/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=fVJDPzUAAAAJ&citation_for_view=fVJDPzUAAAAJ:sSrBHYA8nusC (дата обращения 29.03.2017).

[141] Николаева Е.В. Фрактально-пиксельная грамматика медиареальности//Медиафилософия IX. Языки медиафилософии/Под редакцией В.В. Савчука. – СПб.: Издательство РХГА, 2013. – 296 с. – С. 172-180; Николаева Е. Фракталы городской культуры. – СПб.: Страта, 2014. – 276 с.; Николаева Е.В. Концептуальный фрактал в культурных системах//Вестник ЧелГУ. 2013. №13 (304) – С.66-70; Загибалова М.А. Феномен карнавализации современной культуры. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата философских наук. – Тула, 2008. – 20с.; Волошинов А. В. Об эстетике фракталов и фрактальности искусства//Синергетическая парадигма. – М.: Прогресс-Традиция, 2002. С.213–246; Кирбаба Ю.В. О семантическом фрактале в искусстве//Вестник АГТУ. 2007. №5 – С.109-114.

[142] Личутин А.В. Онтология рекурсивных структур. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата философских наук. – Архангельск, 2006. – 19 с.; Деменок С.Д. Просто фрактал. – СПб.: Страта, 2012. – 168 с.; Жуков Д.С., Лямин С.К. Когнитивные аспекты использования метафор фракталов в исследовательском дискурсе//Fractal Simulation, 2011. №2. С. 74-81; Виноградова Н. Л., Шахалова О. И. Диалог как социальный фрактал//Известия ВолгГТУ. 2006. №6 – С.12-14;

трансмедийности, т.е. *в которых на художественном, смысловом и структурном уровнях реализовано сложное сочетание различных видов медиа и которые способны вовлечь аудиторию в процесс сотворчества и достраивания ассоциативных взаимосвязей*. Отечественные проекты, вошедшие в эмпирическую базу исследования, включают в себя примеры нестандартных экранных проектов, произведённых отечественной кинокомпанией «Bazelevs», оперативно реагирующей на актуальные технологические тенденции и практикующей экспериментальный подход к производству художественного продукта.

Также анализируются интерактивные кинофильмы и экспериментальные сериалы, рассчитанные на актуализацию в интернет-пространстве, такие как: «Норильск. От первого лица» (2015, реж. А.Расторгуев), «РЕАЛЬНОСТЬ» (2013-2016..., продюсеры А.Пивоваров, П.Костомаров, А.Расторгуев), «Район тьмы» (2016..., реж. А.Гончуков) и др.

В число рассмотренных зарубежных проектов входят высокобюджетные трансмедийные проекты: «Звездные войны» (Star Wars, США, 1977-2017..., продюсеры Дж.Лукас, К.Кеннеди и др.), «Доктор Кто» (Doctor Who, Великобритания, 1963-настоящее время, продюсер С.Моффат и др.), «Игра престолов» (Game of Thrones, США, 2011-2018, продюсеры Д.Бениофф и др.); экспериментальные мало- и среднебюджетные проекты, изначально концептуально относимые авторами к трансмедийным произведениям: «Найди меня, я твой» (Find me I’m yours, США, 2014, автор – Х.Карлип) и др.

Кроме того, в рамках данного исследования анализируются отечественные и западные примеры новых гибридных жанров и форм, возникающих в экранных искусствах под влиянием интернет-культуры: кино- и видеоальманахи, кино- и видеоэссе, видеоблоги, художественные промо-фильмы, «бук-трейлеры» (от англ. book trailer – креативный видеоролик, анонсирующий литературное произведение) «трейлеры» (от англ. trailer – видеоролик, анонсирующий кинофильм), «мэш-апы» (от англ. mashup, гибрид, «смесь» – семейство

гибридных форм медиа, подразумевающих креативное смешение элементов различных произведений в рамках нового произведения) и др.

Методологическая основа и методы исследования

Исследование опирается на методологический инструментарий современного искусствоведения. В основе исследования лежит структурный и системный анализ современного медиапространства. Применяется искусствоведческий метод исследования; проводится сопоставительный анализ гибридных художественных форм и форм информационных сообщений. В рамках работы производится контекстуальный анализ современной медиасферы и основных процессов, протекающих в ней и определяющих специфику трансмедийных экранных произведений.

Многоаспектная и многоуровневая природа предмета исследования сообщает ему преимущественно междисциплинарный характер, обусловливая точки соприкосновения с культурологией, филологией, теорией коммуникации, нарратологией, литературоведением, социологией, психологией восприятия, теорией информации, кибернетикой, маркетингом, философией и другими областями научного знания.

Хронологические рамки исследования

Хронологически исследование ориентировано на первое и второе десятилетие двадцать первого столетия, когда мобильные средства связи приобрели технические возможности персональных компьютеров и видеокамер; была впервые сформулирована и получила своё развитие концепция Всемирной Паутины, при которой пользователи Интернета трансформировались в активных производителей аудиовизуального контента[143], а мобильные и интернет-коммуникации значительно ускорили информационные процессы.

Понятие «трансмедийного повествования» вошло в научное и научно-популярное обращение в 2003 году. Эмпирический корпус исследования

[143] Речь идёт о подробно рассмотренной во второй главе данного исследования концепции Web 2.0.

базируется преимущественно на мультиплатформенных экранных произведениях XXI века, но в работу включён также сегмент аудиовизуального контента второй половины XX века, обусловивший возникновение, развитие и актуализацию трансмедийности в её современной форме.

Гипотеза исследования состоит в предположении, что трансмедийность – это ключевое свойство современной медиасферы, порождаемое социокультурными, технико-технологическими и медийными процессами и обусловливающее ряд значимых изменений в медиасфере и экранных искусствах. Трансмедийность определяет нелинейность, гибридность, нерегулярную, тяготеющую к самоорганизации, структуру трансмедийных аудиовизуальных форм; дискретность содержания трансмедийных экранных произведений и их «многослойность», как смысловую, так и художественно-эстетическую. Формирование трансмедийности обусловлено, с одной стороны, изменениями в мироощущении субъектов медийных процессов, формированием новых способов познания мира, творческого самовыражения, построения коммуникации. С другой стороны, трансмедийность формируется вследствие технико-технологического развития современного медиапространства, становления его мультиплатформенности, устойчивого медийного расширения.

Объектом исследования являются художественные и документальные кино- и телефильмы, телесериалы, веб-сериалы, трансмедийные и интерактивные экранные произведения и продукты, любительские и «псевдолюбительские» экранные произведения, сгенерированные в сети Интернет, в которых актуализировано свойство трансмедийности и которые по ряду определённых признаков (нелинейность структуры, принцип самоподобия на уровне сюжета и композиции, интертекстуальность, гибридность формы, эстетическая и смысловая многослойность, незавершённость, открытость и др.) могут быть отнесены к медиасимбиозам или медиагибридам.

Предметом исследования выступает свойство трансмедийности, различным образом проявляющее себя в разнообразных объектах экранных искусств, обладающих особыми характеристиками художественной выразительности, провоцирующее также возникновение и развитие процессов самоорганизации и гибридизации в современном медиапространстве, определяющее развитие таких специфических явлений, как интер- и гипертекстуальность современной медиасферы, формирование медиагибридов и медиасимбиозов, формирование принципа самоподобия и незавершённости экранного произведения и др.

Цель исследования состоит в том, чтобы проанализировать природу трансмедийности и ряд обусловленных данным свойством актуальных медийных явлений, что позволит определить специфику влияния трансмедийности на художественно-выразительное своеобразие современных экранных произведений.

Задачи исследования.

Для реализации поставленной цели были выдвинуты следующие задачи:

- определить основные причины возникновения и развития явлений и процессов, обусловливающих наличие трансмедийных форм в современных экранных искусствах;
- выявить и сформулировать признаки информационного и художественно-выразительного своеобразия трансмедийных экранных произведений;
- проанализировать новые аудиовизуальные модели, возникающие вследствие мультиплатформенности современного медиапространства;
- определить существующие на данный момент способы реализации трансмедийных повествовательных моделей в современных экранных искусствах;
- проанализировать специфику влияния трансмедийных произведений на экранную культуру и художественный язык экранных искусств.

Научная новизна исследования.

Трансмедийность впервые в отечественном научном знании анализируется в искусствоведческом поле. Определены взаимоотношения трансмедийности с рядом родственных понятий – интермедиальность, трансмедиальность и др. Сформирован целостный и актуальный терминологический аппарат, описывающий категорию трансмедийности в её специфических проявлениях. Предложены авторские определения понятий «трансмедийность» и «трансмедийные технологии». Впервые поднят и рассмотрен в тесной взаимосвязи ряд вопросов и проблем, контекстуально связанных с трансмедийными технологиями и экранной культурой. Определены особые свойства медиагибридов и медиасимбиозов. Рассмотрены специфические черты эссеизма как особого направления в современной медиасфере. Выдвинуто предположение о принципе самоподобия как ключевом эстетико-структурном принципе самоорганизации трансмедийного произведения.

Положения, выносимые на защиту

1. Природа трансмедийности характеризуется формированием сложно-ассоциативных взаимосвязей между реальностью и художественным вымыслом, а также симбиотических взаимосвязей между различными видами медиа в рамках единой художественной и/или информационной системы. Данные взаимосвязи обусловливают нелинейную структуру трансмедийных произведений; обеспечивают появление новых аудиовизуальных форм; определяют способы повествования, стилевое и формальное осмысление, содержательное наполнение данных форм; оказывают влияние на традиционные форматы, жанры и формы экранных искусств.
2. Свойство трансмедийности присуще экранным произведениям особых типов. **Первый тип** составляют произведения, трансмедийная природа которых обусловлена *сознательной художественно-эстетической интенцией*

авторов[144]. **Второй тип** представлен медиаобъектами, которым сообщается свойство трансмедийности *вследствие маркетинговых и рекламных задач*[145]. Эти произведения относятся к категории «медиааттракционов» и представляют собой определённый вид рекреационного опыта, характеризуются нацеленностью на потребности конкретных социокультурных групп[146] в инфотейнмент-контенте и стремлением к его максимальному распространению. **Третий тип** составляют объекты, трансмедийная природа которых обусловлена *творческой и познавательной активностью аудитории*[147]. Они характеризуются высокой степенью самоорганизации и самовоспроизведения, оказывают наиболее ощутимое влияние на художественную специфику объектов первых двух типов. Важно отметить, что в произведении каждого типа могут присутствовать элементы двух других, что обусловлено взаимовлиянием современных художественных и медийных процессов.

3. Свойство трансмедийности сообщает мультиплатформенным экранным произведениям особый тип художественной образности, формирующий самобытную эстетику и обнаруживающий такие особенности, как: интерактивность и иммерсивность[148], как художественно-выразительные средства; содержательная интертекстуальность; смысловая многозначность; стилистическое разнообразие; смешение любительской, документальной и художественной эстетики в рамках одного произведения/продукта; смешение реалистичной и условно-художественной образности в рамках одного

---

[144] Актуализация трансмедийности в таких произведениях направлена на решение преимущественно художественных задач. Если говорить о журналистике, в которой также реализуется такой подход, то могут преследоваться социальные, дидактические, образовательные, публицистические задачи. Примеры произведений данного типа в экранных искусствах – «Найди меня, я твой» (англ. Find me I'm yours, США, 2014, автор – Х.Карлип); «РЕАЛЬНОСТЬ» (2013-2016..., продюсеры А.Пивоваров, П.Костомаров, А.Расторгуев) и др. – *Прим.авт.*

[145] Примеры объектов данного типа, рассмотренные в рамках данного исследования, включают в себя трансмедиа-франшизу «Звёздные войны» (англ. Star Wars, США, 1977-2017..., продюсеры Дж.Лукас, К.Кеннеди и др.); телесериал «Игра престолов» (англ. Game of Thrones, США, 2011-2018, продюсеры Д.Бениофф и др.); «караоке-комедию» «Самый лучший день» (2015, реж. Ж. Крыжовников) и др. – *Прим.авт.*

[146] Подобные группы могут подразумевать преданных поклонников конкретного произведения/персонажа; любителей комиксов; конкретную возрастную группу; конкретный социальный слой и т.д. – *Прим.авт.*

[147] Примеры объектов данного типа включают в себя видеоэссе, видеообзоры, полупрофессиональные веб-сериалы, «мэш-апы», ремиксы и др. формы медиагибридов. – *Прим.авт.*

[148] Иммерсивность каждой медиаплатформы достигается посредством эффективного использования специфических средств её художественной выразительности и коммуникативных свойств. Особенности специфики экранной выразительности ключевых для данного исследования платформ выведены в Табл. 1 на с.55. – *Прим.авт.*

произведения/продукта; принцип сюжетного самоподобия; принцип «незавершённости», «открытости» экранного произведения; звукозрительная «многослойность» экранных текстов; гибридность формы.

Научная достоверность результатов исследования обеспечивается: опорой на фундаментальные научные работы; большим охватом эмпирического материала; методологической обоснованностью; апробированием результатов на научных конференциях, в статьях автора в научных и научно-популярных изданиях; профессиональной деятельностью автора как журналиста и режиссёра киномонтажа и видеомонтажа; педагогической деятельностью автора.

Научно-теоретическая значимость.

В исследовании систематизирован, пересмотрен и расширен понятийный аппарат, контекстуально связанный с трансмедийностью, трансмедийным повествованием и трансмедийными технологиями в экранных искусствах. Предложены авторские определения ряда ключевых понятий. Значительное количество специально привлечённых и переведённых автором материалов из зарубежной практики, опережающей отечественную по степени изученности темы, обеспечивает обмен научно-теоретическими и практическими наработками и поддерживает процесс встраивания отечественных экранных искусств в глобальный контекст.

Научно-практическая значимость.

Отечественная медиакультура во многом претерпевает трансформации, аналогичные тем, которые происходят в зарубежной медиакультуре. Тем не менее, перечисленные тенденции все ещё более наглядно и самобытно проявляют себя в зарубежной практике, нежели в отечественных кино- и телевизионных процессах. Осмысление накопленного эмпирического материала в рамках искусствоведческого исследования может не только способствовать заполнению

теоретических «пробелов», но и использоваться практиками отечественного телевизионного и кинопроцессов. Полученные результаты применимы в повседневной практической деятельности искусствоведов, режиссёров кино и телевидения, режиссёров монтажа, продюсеров, сценаристов, кинокритиков, киноведов и представителей широкого спектра других профессий, связанных с экранными искусствами. Материалы диссертации также нацелены на медиаисследователей, специалистов по философии и археологии медиа, культурологов, филологов, лингвистов, специалистов по виртуалистике и новейшим технологиям в экранных искусствах и медиа, а также активную аудиторию экранных искусств, желающую повысить степень своей медиакомпетентности. Положения и выводы диссертации могут быть использованы в образовательных курсах, спецкурсах и семинарах, посвящённых взаимодействию медиа- и экранной культуры, интеграции и инфильтрации новейших технологий в экранные искусства и трансмедийным технологиям в современных экранных искусствах. Диссертация может стать базой для дальнейшего теоретического осмысления трансмедийности как актуального и многогранного понятия и трансмедийного повествования как перспективного направления для исследователей и практиков экранных искусств.

Апробация работы.

Основные положения и выводы диссертации отражены в статьях в периодических научных изданиях, входящих в перечень ВАК: «Университетский научный журнал», «Вестник Томского государственного университета (Культурология и искусствоведение)», «Вестник СПбГУКИ», «МедиаАльманах», а также отраслевых профессиональных изданиях – Cinemotion, Festagent, СнимиФильм, Бюллетень Кинопрокатчика, Менеджер Кино; сборниках научных конференций: «Сократовские чтения – 2011», «Тетради Международного Университета». Работа автора, тематически предваряющая данное исследование и посвящённая исследованию медиасимбиозов в экранных искусствах, «Инновационные форматы рекламных и PR-коммуникаций в короткометражном

художественном кино», отмечена дипломом Всероссийский конкурса студенческих работ в области развития общественных связей «Хрустальный апельсин» – 2011. Проблемы, проанализированные в диссертации, обсуждались на научных, научно-практических конференциях и семинарах: Дягилевские чтения-2010: культура и искусства в условиях кризиса: плюсы и минусы; XIII ежегодная международная научная студенческая конференция «Сократовские чтения-2010» и XIV студенческая научная конференция «Сократовские чтения-2011»; семинар открытой лаборатории кафедры сценарного мастерства и искусствоведения Академии медиаиндустрии, доклад и обсуждение на тему «Многообразие новейшей медиасреды: полиэкраны, симбиозы и гибриды». По материалам исследования разработан и прочитан курс «Современные трансмедийные технологии» для слушателей Академии медиаиндустрии.

Соответствие работы паспорту специальности.

Содержание специальности 17.00.03 «Кино-, теле- и другие экранные искусства» включает в себя такие пункты, как: «Методика и практические рекомендации творческим и техническим работникам в освоении новых технологий при создании экранных произведений»; «Теоретические и методологические основы обеспечения качества создаваемого произведения на базе новых технологий»; «Формирование новых направлений в создании экранной продукции»; «Фундаментальные и прикладные социологические исследования в сфере киноискусства,<…> выявления зрительских предпочтений и интересов». Кроме того, в паспорте специальности отдельно отмечено: «особая роль в исследовании особенностей развития экранных искусств принадлежит анализу взаимодействия и взаимовлияния современной техники и новейших компьютерных технологий». Приведённый перечень позволяет утверждать, что данное исследование полностью соответствует выбранной специальности, так как оно частично или полностью покрывает все эти пункты.

Структура диссертации обусловлена целями и задачами исследования**.**

Диссертация состоит из Введения, двух Глав и Заключения (общим объёмом 217 с., 2 рис., 1 табл.), Библиографии (436 наименований), Видео- и Фильмографии (129 наименований) и одного Приложения (Понятийный аппарат исследования).

ГЛАВА 1. ПОНЯТИЕ ТРАНСМЕДИЙНОСТИ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

В первой главе исследования описывается понятийное поле, обусловившее формирование трансмедийности в качестве сложной категории и свойства современной медиасферы. Обстоятельно раскрывается понятийный аппарат исследования. Раскрываются основные аспекты современного трактования понятия трансмедийности с точки зрения искусствоведения. Даётся определение производному понятию «трансмедийные технологии». Подробно раскрывается понятие трансмедийного повествования в современных экранных искусствах. Исследуется интер- и гипертекстуальная природа интернет-пространства; аспекты формирования гибридных художественных текстов в интернет-пространстве. Обстоятельно исследуется модель «инфотейнмента», стремящаяся к доминированию в медиакультуре и обеспечивающая становление трансмедийности в качестве ключевого для современной медиасферы свойства.

§1.1. Проблемы интерпретации понятия трансмедийности в современном искусствоведении

Прежде чем перейти к рассмотрению проблем интерпретации трансмедийности в гуманитарных науках, искусствоведении и на практике (в телевизионном и кинематографическом процессах), необходимо остановиться на понятийном поле, в рамках которого формируется это сложное явление, и уточнить понимание и трактование ряда ключевых понятий в рамках данного исследования.

Универсальное определение понятия «медиа» в силу его смысловой многозначности представляется чрезвычайно затруднённым. Это же касается ряда

производных понятий. Филологические, искусствоведческие, культурологические, социологические, технологические и другие аспекты медиаисследований практически невозможно привести к общему «терминологическому знаменателю». Тем не менее, для эффективного рассмотрения обозначенной проблематики необходимо сформулировать ряд базовых для данной работы понятий.

Понятия «медиаплатформа», «медиаканал» и «медианоситель» могут использоваться как синонимичные[149], но в рамках данной работы нуждаются в разграничении. В современные медийные процессы вовлечены как «общественные структуры, использующие технические средства для распространения сообщений <…> для ещё не определённых адресатов»[150] – то есть массмедиа[151], так и аудитория – активные медиапользователи, использующие для коммуникации и самовыражения цифровые технические устройства, обеспеченные выходом в Интернет (смартфон[152], персональный компьютер, планшетный компьютер[153]). Данные устройства в границах данного исследования обозначаются как «медиаплатформы». Отечественный киновед и медиаисследователь О.В.Красноярова обозначает данный подход к определению понятию медиаплатформы как «объектно-технический»[154].

В статье «Физическая природа информации» немецкий физик Р.Ландауэр отмечал: «Информация неизбежно привязана к физическому воплощению, и к ограничениям и возможностям, связанным с законами физики»[155]. Физические характеристики каждой медиаплатформы влияют на то, как пользователь

---

[149] Например: Блохин А. Пять медиаканалов//Cossa – интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. URL: http://www.cossa.ru/234/2498/ (дата обращения 30.01.2017).

[150] Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. К вопросу о понятийном аппарате медиаисследований//Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2014, №4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1658 (дата обращения 30.01.2017).

[151] Понимание массмедиа как общественных структур, использующих для распространения информации «технические множительные средства» восходят к фундаментальной для медиаисследований работе Н.Лумана «Реальность массмедиа». (Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.)

[152] Смартфон (от англ. smartphone – в дословном переводе «умный телефон») – мобильный телефон, дополненный функциями видеокамеры и персонального компьютера

[153] Планшетный компьютер (англ. tablet computer) – техническое устройство, главная характеристика которого – сенсорный, чувствительный к прикосновениям медиапользователя экран, позволяющий вступать во взаимодействие с контентом.

[154] Красноярова О.В. Новые медиаплатформы: принципы функционирования и классификация видов//Вопросы теории и практики журналистики, 2016, Т.5, №1. С.47-48.

[155] Landauer R. The physical nature of information//Physics Letters A, 1996, № 217. С.188. Оригинальный текст: «Information is inevitably tied to a physical representation and therefore to restrictions and possibilities related to the laws of physics <...>». – *Пер.авт.*

воспринимает[156] аудиовизуальную информацию, как он её производит и каким образом вступает в коммуникацию. Коммуникационные процессы, осуществляемые также посредством медиаплатформ, сегодня фактически формируют как повседневность, так и любой творческий, креативный или эвристический процесс[157].

В целом, классификация подходов к применению термина «медиаплатформа» в теории и на практике, предложенная О.В.Краснояровой, в (в ней выделены также «субъектно-медийный», «веб-технологический» и «веб-медийный» подходы) наглядно демонстрирует, что это понятие может как характеризовать тот или иной вид СМИ, так и обозначать интернет-сайт или так называемую «социальную сеть»[158]. Тем не менее, в границах данного исследования ставить знак равенства между указанными примерами нецелесообразно, так как характерные для них принципы производства и восприятия информации обладают рядом принципиальных для данной работы различий.

Автор ряда основополагающих для рассматриваемых в данном исследовании вопросов научных и научно-популярных трудов, американский исследователь Генри Дженкинс в статье 2006 года «Добро пожаловать в конвергентную культуру» увязывает понятие «медиаплатформы» (англ. media platform) с конвергенцией в современной медиасфере: «[под конвергенцией] я понимаю движение [поток] контента между множеством медиаплатформ, кооперацию между множеством медиаиндустрий и миграционное поведение аудиторий медиа, которые направятся куда угодно в поисках желаемого

---

[156] В частности, восприятие визуальной информации испытывает на себе влияние полиэкранности современного медиапространства. Плотность наполнения визуального ряда на всевозможных экранах и мониторах воспринимается различным образом. Что касается звукового сопровождения, один и тот же контент будет различным образом восприниматься, если пользователь слушает его в наушниках или же воспроизводит по телевизору на полной громкости.

[157] Под «творческой» в рамках данной работы понимается деятельность индивида, осознанно направленная на создание произведения, наделённого эстетической ценностью. Под «креативной» подразумевается деятельность, наделенная ярко выраженной экспрессивной функцией, обеспечивающая возможность субъективной самореализации и осуществляемая практически в любой области. (Соколова Н. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора философских наук. Самара, 2010. С.26). Под «эвристической» деятельностью понимается деятельность, в которой творческие и креативные процессы обязательно вписываются в рамки процесса технологического и/или образовательного.

[158] Jenkins H. Welcome to Convergence Culture//Confessions of an Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins. URL: http://henryjenkins.org/2006/06/welcome_to_convergence_culture.html (дата обращения 30.01.2017).

развлекательного опыта». Под «медиаиндустриями» в данном контексте зарубежный исследователь подразумевает массмедиа-структуры.

Конвергенция – междисциплинарная концепция, определяемая в рамках данной работы как «возникновение сходства в строении и функциях у систем, изначально далеких по происхождению и назначению»[159]. Важным для понимания этой концепции для медиасферы является лежащее в ее основе определение, заимствованное из биологии: «конвергенция глаз», то есть функция человеческого зрения, которая позволяет объекту, воспринимаемому двумя глазами, не двоиться, а составлять целостный образ. Ряд медиаисследователей полагает, что понятие конвергенции определяет не просто всю современную культуру, но «настоящую эру» человечества. Г.Дженкинс выделяет четыре аспекта конвергенции, составляющие единый процесс: технологический, социальный, культурный и глобальный (т.е. контекстуально связанный с развитием интернет-технологий)[160]. В рамках данного исследования детальнее других рассматривается технологический аспект, как напрямую определяющий изменения в экранных искусствах, которые мы обозначаем как зону конвергенции, то есть область наиболее активного сближения различных видов искусств, медиа и аккумулирования технологий, ведущего к многоуровневой гибридизации экранного зрелища и возникновению феномена трансмедийности в ее современном понимании.

Конвергенция на всех уровнях своего проявления способствует усилению взаимовлияния профессиональных и любительских медиаконтентов. Профессиональный контент производится в границах отмеченных выше общественных массмедиа-структур, настолько масштабных, что в ряде случаев они трактуются исследователями как институциональные системы[161]. В

---

[159] Соколов Н.А. Конвергенция телекоммуникационных сетей. Терминологический аспект. Ретроспектива научно-образовательной школы проф. Б. С. Гольдштейна. НИИТС. URL: http://niits.ru/public/2003/004.pdf (дата обращения 20.02.2017).

[160] Jenkins H. Convergence culture. Whee Old and New Media Collide. New York, London. New York University Press, 2006. – 308с.

[161] С.Л. Уразова в своём исследовании рассматривает телевидение как институциональную систему (Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Диссертация на соискание степени доктора филологических наук. – М., 2012). И.М.Дзялошинский определяет искусство, медиа, рекламу, PR как «коммуникационные институты», то есть «жёсткие системы правил, норм, общественных ожиданий, в соответствии с которыми должны осуществляться действия профессионалов, реализующих себя в соответствующем виде деятельности: журналистике, рекламе, связях с общественностью, литературном творчестве и др.». (Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. К вопросу о понятийном аппарате медиаисследований//Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2014, №4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1658

зарубежной практике подобные структуры могут обозначаться также как «медиаиндустрии» (media industries).

Массмедиа-структуры распространяют контент, производимый профессионалами посредством ряда крупных медиаканалов. В границах данной работы прежде всего рассматриваются медиаканалы, использующие для трансляции информации экран – то есть телевидение, кинематограф и Интернет.

Любительский контент, в свою очередь, производится медиапользователями посредством медиаплатформ (технических устройств) и распространяется при помощи социальных сетей, видеохостингов (сайтов, позволяющих пользователям загружать, смотреть, редактировать и комментировать видео в Интернете), блогов и видеоблогов (тематических «интернет-дневников пользователей), интернет-сообществ и других интернет-ресурсов. Для характеристики указанных площадок часто используется термин «социальные медиа», где «социальные» отсылает не к тематике контента, а к совместному участию медиапользователей в его производстве, равным правам на взаимодействие с контентом и своеобразую виртуальную «общность» пользователей.

Таким образом, в рамках данной работы термин «медиаканал» используется для описания каналов распространения информации, созданной и регулируемой профессионалами крупных массмедиа-структур. «Медиаплатформа» понимается как программно-аппаратный комплекс (мобильный телефон, персональный компьютер, планшетный компьютер), который позволяет медиапользователю создавать собственный контент и включаться во взаимодействие с контентом, произведённым массмедиа. Для производства контента и взаимодействия с ним медиапользователи применяют «социальные медиа». Обозначенное взаимодействие медиапользователей с профессиональным контентом обеспечивает постепенную интеграцию массмедиа и социальных медиа. Вследствие этих интеграционных процессов возникают гибридные медиаструктуры, обстоятельно рассматриваемые в данном исследовании.

(дата обращения 30.01.2017). В рамках данной работы институциональность важна как указание на то, что деятельность в этих струкутрах осуществляется профессионалами и распространяется массово.

Наиболее простым для толкования представляется термин «медианоситель», подразумевающий любой физический носитель информации – от внешних накопителей и «хранилищ» данных (так называемых «жёстких дисков», от англ. hard drive) до выходящих из обращения CD- и DVD-дисков и печатных изданий[162].

Многообразие платформ, каналов, носителей и медийных форм обозначается в данной работе как «мультиплатформенность»[163]. Эволюция интернет-культуры в совокупности с совершенствованием цифровых технологий обусловила устойчивое медийное расширение и, как следствие, развитие феномена мультиплатформенности на позиции ключевой характеристики современной медиасферы.

Важно отметить, что в границах данной работы «мультиплатформенность» нетождественна «мультимедийности». Сегодня термин «мультимедиа» чаще используется применительно непосредственно к контенту (аудиовизуальному «содержимому») той или иной медиаплатформы[164]. Н.И. Дворко в своём исследовании характеризует «мультимедиа» как «интерактивную художественную среду»[165], которая может формироваться и развиваться в границах той или иной медиаплатформы.

В частности, такая медиаплатформа, как «смартфон» (от англ. smartphone – в дословном переводе «умный телефон», то есть дополненный функциями видеокамеры и персонального компьютера) представляет собой мультимедийную интерактивную среду для выполнения различных алгоритмов и программ, в рамках которой взаимодействуют и выполняют те или иные задачи различные медиаканалы, так как современные мобильные устройства обладают доступом к

---

[162] Печатные издания не имеют прямого отношения к данному исследованию, однако, на сегодняшний день существуют прецеденты внедрения в них экранов. (Глянцевый журнал с видеорекламой внутри впервые вышел в России//РИА Новости. Наука. URL: https://ria.ru/science/20101125/300798428.html (дата обращения 30.01.2017).

[163] Мультиплатформенность – понятие, подразумевающий одновременно и многоканальность, и множество медианосителей. Это наиболее устоявшийся в исследованиях термин, характеризующий неоднородность медиапространства, вызванную развитием цифровых технологий.

[164]На ранних этапах развития компьютерных технологий в этом же значении использовался термин «гипермедиа». Мультимедиа в самом широком смысле подразумевает комбинирование текста, статичного и движущегося изображения и звука в рамках одного произведения. См.: Э.В.Седых. К проблеме интермедиальности// Вестник Санкт-Петербургского Университета, 2008, Сер. 9. Вып. 3. Ч. II. С.212; А.А. Хаминова, Н.Н. Зильберман. Теория интермедиальности в контексте современной гуманитарной науки//Вестник Томского государственного университета, 2014. № 389. – С.39, 43.

[165] Дворко Н.И. Режиссура мультимедиа. Генезис, специфика, эстетические принципы. Диссертация на соискание учёной степени доктора искусствоведения. М., 2004. – С.9.

Интернету, возможностью просмотра телепрограмм, прослушивания радио и т.д. Кроме того, в границах данной среды оперирует множество «субмедиаплатформ» – полифункциональных программных приложений.

Отечественные исследователи СМИ и массовых коммуникаций И.М.Дзялошинский и М.И.Дзялошинская отмечают: «В отечественном дискурсе понятия «медиапространство», «медиасреда», «медиаполе», «медиасфера» возникли относительно недавно, <…> не приобрели <…> отчётливого смыслового наполнения и используются чаще всего в качестве синонимов»[166]. Подобная синонимичность оспаривается авторами цитируемой научной статьи.

«Медиасфера» применяется в данном исследовании в качестве предельно обобщающего понятия, обозначающего «виртуальный информационно-коммуникационный универсум с условными границами, создаваемыми участниками медиапроцессов, отношения между которыми и определяют [его][167] метрику»[168].

Понятие «медиапространство» (точнее, его английский аналог media space) был введён западными исследователями Р. Стултсом и С. Харрисоном в восьмидесятых годах двадцатого века для обозначения «электронных условий [пространства, созданного электронными устройствами и средствами коммуникации], в котором группы людей могут работать вместе, даже не находясь в рамках одного времени и места. В медиапространстве люди могут в режиме реального времени создавать визуальные и звуковые среды, которые соединяют физически разделённые области. [В медиапространстве] люди могут

---

[166]Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. К вопросу о понятийном аппарате медиаисследований//Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2014, №4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1658 (дата обращения 30.01.2017)

[167] Здесь и далее разъяснения, необходимые для понимания цитируемого текста в контексте текущего исследования и данные диссертантом, выделены [квадратными скобками] внутри цитаты.

[168] Дзялошинский И.М. Экология медиапространства: от метафоры к научному понятию//Высшая школа экономики. Публикации. URL: https://publications.hse.ru/chapters/94605975

И.М. Дзялошинский данный универсум обозначается как «медиапространство». Н.Б.Кириллова использует термин «медиасреда», описывая схожую концепцию: «совокупность условий, в контексте которых функционирует медиакультура, то есть сфера, которая через посредничество массовых коммуникаций (печать, радио, ТВ, видео, кино, компьютерные каналы, Интернет и др.) связывает человека с окружающим миром, информирует, развлекает, пропагандирует те или иные нравственно-эстетические ценности, оказывает идеологическое, экономическое или организационное воздействие на оценки, мнения и поведение людей» (Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. – М.: Академический Проект, 2005. – С.91). В рамках данного исследования в качестве описания данного универсума используется исключительно понятие «медиасферы».

контролировать запись, доступ и воспроизведение изображений и звуков из создаваемых сред».[169]

Изначально термин использовался для описания совокупности технических устройств, которые обеспечивали коммуникацию, – как в режиме реального времени, так и с помощью видеозаписи, – непосредственно между участниками конкретного научного исследования, курируемого авторами термина.

По мере технико-технологического развития и усложнения информационных процессов понятие «медиапространства» приобрело множество дополнительных характеристик, значений и трактований. В границах данной работы разделяется подход, согласно которому «медиапространство» понимается как «сегмент информационно-коммуникационного универсума, в котором для организации обмена знаниями используют сложные технические устройства»[170], [электронные устройства]. Ключевым для исследования выступает экранное медиапространство, создаваемое электронными устройствами, использующими экран для передачи звукозрительных образов реципиенту[171].

Рис.1 Строение современного мультиплатформенного медиапространства

Для описания информационного и коммуникационного пространства, создаваемого исключительно посредством технических устройств, имеющих

[169] Stults, R. Media Spaces (Technical report), 1986. Xerox PARC.
URL: http://people.cs.vt.edu/srh/Downloads/Media%20Space%20Report.pdf (дата обращения 30.01.2017).

[170] Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. К вопросу о понятийном аппарате медиаисследований//Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2014, №4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1658 (дата обращения 30.01.2017)

[171] В рамках данного исследования экранное медиапространство подразделяется на кинематографическое, телевизионное, визуальное пространство Интернета, игровое (компьютерные и видеоигры), а также пространства виртуальной и дополненной реальности, создаваемые при помощи специализированных технических устройств: очков, шлемов, пультов управления, смартфонов и т.д.

подключение к сети Интернет, в данном исследование применяется термин «интернет-пространство». Бесконечно увеличивающееся множество «систем ценностей, эстетических норм, традиций, систем знаков, символов и смыслов, культур обмена и хранения информации в пространствах коммуникации, культур взаимодействия пользователей»[172], актуализируемых в рамках интернет-пространства, в данной работе обозначается термином «интернет-культура».

«Медиасреда» – нередко используемое в теории и на практике понятие, тем не менее, в ряде случаев подвергаемое критике в силу либо чрезвычайного сужения, либо обобщения. Отталкиваясь от приведённого С.Л.Уразовой определения «среды» как «некоего окружающего пространства, где налицо совокупность явлений, процессов и условий, оказывающих влияние на изучаемый объект»[173], в данном исследовании «медиасреда» понимается как неоднородная совокупность медийных явлений, условий, процессов, границы которой определяются изучаемым объектом, на который данная совокупность оказывает влияние.

Рис.2 Иерархия понятий «медиасфера», «медиапространство» и «медиасреда»

Объектами данного исследования выступают как экранные произведения, созданные профессионалами кино и телевидения, так и новейшие гибридные

[172] Ляшенко, Е.С. Семиотический аспект интернет-культуры//Гуманитарный вектор. Серия Педагогика. Психология, 2011. № 2 (26). С.99.
[173] Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Диссертация на соискание степени доктора филологических наук. – М., 2012. С.3.

формы экранных произведений, сгенерированные любителями и «полупрофессионалами», распространяемые посредством сети Интернет.

Классификацию изучаемых медиасред целесообразно проводить по способу формирования и обращения в них художественного и информационного контента. Таким образом, в рамках данной работы рассматриваются: «профессиональная медиасреда», сформированная в XX веке в связи с появлением кинематографа, телевидения и Интернета (на ранних этапах его развития) и «любительская медиасреда», генезис который обусловлен развитием цифровых технологий в экранном медиапространстве и возникновением концепции Web 2.0[174]. Профессиональная среда производит экранные произведения, созданные и распространяемые профессионалами кино- и телепроцессов. Любительская медиасреда составляется креативными опытами и практиками активных медиапользователей, публикуемыми в интернет-пространстве.

Интеграционные процессы между профессиональной и любительской медиасредами были запущены в «нулевых» годах XXI века. Тем не менее, на раннем этапе наблюдалась явная изолированность данных медиасред друг от друга вследствие существенного различия между художественно-эстетическими способами формирования контента, характерного для каждой из них. Эти различия обусловливали использование разного методологического инструментария при исследовании и интерпретации профессионального и любительского продуктов.

Эстетические каноны и принципы оформления информационного контента, характерные для профессиональной среды, не только постепенно интегрируются в любительскую среду, но и подвергаются в ней креативному переосмыслению. Любительская медиасреда, будучи в силу своей демократичной природы свободной от решения иных задач, кроме творческих и художественных, более тяготеет к экспериментам и обновлению, нежели среда профессиональная, которая также стремится решить задачи экономические, идеологические и др.

---

[174] То есть такого состояния Интернета, при котором контент создается, редактируется и распростроняется пользователями. Аспекты влияния концепции Интернета Web 2.0 на экранные искусства рассматриваются во второй главе данного исследования.

Важно отметить, что «обновлённые» каноны, оригинальные стилевые решения, художественно-выразительные средства и принципы повествовательной организации контента впоследствии вновь возвращаются в среду профессиональную, провоцируя в её границах процессы трансформации. Таким образом, создаётся и поддерживается особый рекурсивный процесс обмена элементами художественно-выразительной и информационной специфики между любительской и профессиональной медиасредами. Интеграционные процессы[175] между профессиональной и любительской медиасредами обусловливают своеобразное смешение и «наслаивание» смыслов, стилей, художественно-выразительных средств профессионального и любительского контентов.

К началу второго десятилетия XXI века динамизм взаимодействия и взаимовлияния профессиональной и любительской медиасред приводит к формированию особой области их пересечения, третьей медиасреды, в рамках данной работы обозначаемой как «псевдо» или «полулюбительская»[176]. «Псевдолюбительская» медиасреда производит гибридные аудиовизуальные формы, например, рассматриваемые в данной работе «видеоэссе», критические видеообзоры и видеоблоги (видеодневники). Данные формы не только обладают собственным ярко выраженным художественно-выразительным своеобразием, но и оказывают влияние на художественный язык «профессиональных» экранных искусств.

Как уже отмечалось выше, создавая экранные произведения, субъекты каждой из обозначенных медиасред стремятся к решению ряда нетождественных задач – художественных, экономических, идеологических, рекламно-маркетинговых – в профессиональной среде; художественных и творческих, креативных (более нацеленных на самовыражение, нежели на создание произведения искусства), самопрезентационных – в любительской; сложного и уникального сочетания перечисленных задач для каждого конкретного продукта в

---

[175] Во второй главе данного исследования раскрывается более развёрнутая типология протекающих в медиасфере процессов, при которой выделяются процессы конвергентные, интеграционные и инфильтрационные.

[176] В исследовании чаще всего применяется термин «псевдолюбительская». В качестве синонимов могут использоваться «полулюбительская», «полупрофессиональная». Различия между данными градациями сложно определяемы на настоящий момент и в перспективе могут послужить предметом для самостоятельного исследования.

псевдолюбительской медиасреде. Для достижения поставленных целей в ходе создания и продвижения продуктов обозначенных сред в медиапространстве различным образом используются медиаканалы, медиаплатформы и медианосители.

В то время как усилия профессионалов направлены на выстраивание и последующее разрастание мультиплатформенных художественных систем, в любительской и псевдолюбительской средах зарождается импульс к самоорганизации подобных мультиплатформенных повествовательных систем. Это означает, что в профессиональной, любительской и псевдолюбительской медиасредах различным образом актуализирует себя ключевое для данного исследования свойство трансмедийности (персонажа, сюжета, экранного произведения). Эти различия определяют не только художественно-выразительную специфику продуцируемых описанными средами экранных произведений, но и влияют на современную экранную культуру[177] в целом.

Процессы, протекающие между любительской, профессиональной и псевдолюбительской медиасредами, фактически обуславливают генезис трансмедийности как особого свойства современной медиасферы. Тем не менее, на понятийном уровне трансмедийность выступает как категория, включающая в себя элементы множества родственных понятий и концепций, возникших ранее и обеспечивших условия для её формирование.

В зарубежных источниках термин «transmediality» используется преимущественно в контексте мультиплатформенного повествования. Можно утверждать, что он был окончательно введён в научное обращение уже после того, как были сформулированы первые тезисы о выстраивании истории в мультиплатформенном медиапространстве, то есть о трансмедийном повествовании (англ. transmedia storytelling, в отечественной практике также используется калька с английского – «трансмедиа сторителлинг»)[178].

---

[177] В данном исследовании понятие «экранной культуры» подразумевает прежде всего комплекс ценностей, этических и эстетическим норм, традиций, развивающийся в границах экранного медиапространства.

[178] Мультиплатформенная повествовательная модель или трансмедийное повествование обстоятельно рассматривается во втором параграфе первой главы данного исследования.

В ряде научных и научно-популярных работ используется более близкий к английскому аналогу термин «трансмедиальность». Провести чёткое разграничение между понятиями «трансмедийность» и «трансмедиальность» в отечественной теории на данный момент не представляется возможным. Во-первых, оба понятия могут использоваться в качестве перевода английского понятия transmediality и отсылать к мультиплатформенной повествовательной модели[179]. Во-вторых, оба понятия могут рассматриваться как виток развития интермедиальности[180].

Анализ корпуса трудов отечественных учёных, в которых активно используются рассматриваемые термины, позволяет в рамках данного исследования рассматривать «трансмедиальность» как понятие, отсылающее к внутрикомпозиционному взаимодействию различных искусств или видов медиа в рамках одного произведения. «Трансмедийность» же трактуется как понятие более широкое, подразумевающее как художественный и информационный медиасинтез, так и устойчивое медийное расширение. Родоначальные понятия «медийность» и «медиальность» подразумевают схожую иерархию – «медийность» используется в развёрнутом корпусе исследований и может подразумевать совокупность множества процессов или признаков[181], в то время как «медиальность» чаще связывается с более узкими, нередко – философскими аспектами медиаисследований[182].

Концепция интермедиальности вследствие своей широты более полно представлена как в зарубежной, так и в отечественной научной мысли по сравнению с «трансмедийностью». В научных работах, посвящённых теории

---

[179] Например: Рождественская Е. Трансмедиальный сторителлинг в поисках «национальной идеи России»//Философско-литературный журнал Логос, 2015. Т.25, №3 [105]. С.197-223.

[180] Иванова С. В., Артемова О. Е. Маршрутизация восприятия и воздействующий потенциал политического интернет-медиатекста//Политическая лингвистика, 2013. №3 (45). С. 36. (в данной работе «трансмедийность» указывает скорее на негомогенность, мультимедийность журналистского текста); Хаминова А.А., Зильберман Н.Н. Теория интермедиальности в контексте современной гуманитарной науки//Вестник Томского государственного университета, 2014. № 389. С. 38–45 (трансмедиальность трактуется авторами как «проявление одного и того же нарратива в разных медиа; рассматривается в контексте теории интермедиальности).

[181] В частности: Хорольский В.В. Медийность и научность: сиамские близнецы или дальние родственники?// Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика, 2015. № 1 (14). С.42-51.; Черепанова Т. В. Влияние медиакоммуникаций на трансформацию публичной сферы в современной культуре. Автореферат на соискание учёной степени кандидата философских наук. – Омск, 2014.

[182] См. например: Инишев И.Н. Взаимосвязь материального и смыслового в иконическом опыте// Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, 2011. № 4 (16). С.86-93; Батаева Е. В. Социальная визуалистика и медиа-визуальность, 2014. Т.27. № 2 (173). С.196-204.

интермедиальности и её методологии[183], отечественные исследователи говорят об интермедиальности прежде всего как о «замещающем понятии» для термина «взаимодействие искусств»[184] и отмечают, что «предыстория интермедиальности как науки полностью подведомственна истории эстетики»[185] и вписана в социально-культурный и исторический контекст XX столетия[186]. Исследования интермедиальности, неизбежно «оглядываются» на классические труды Ю.М. Лотмана, М.М.Бахтина, М.С.Кагана и др.[187] Кроме того, как отмечают отечественные исследователи А.А. Хаминова и Н.Н. Зильберман: «мнения в отечественной и европейской науке сходятся и в вопросе интертекстуальных «корней» интермедиальности»[188], что отсылает к хрестоматийным трудам Ю. Кристевой, Р.Барта и др.

Ряд исследователей приходит к выводу об актуализации интермедиальности на микро- и макроуровнях: внутрикомпозиционном (взаимодействие медиа, взаимодействие искусств в рамках одного произведения) и культурном (взаимодействие культур; взаимодействие текстов в рамках культуры)[189]. Фактически теория интермедиальности создаёт необходимый социокультурный контекст и теоретический базис для исследования трансмедийности и сообщает ей аналогичную способность к актуализации на нескольких уровнях, однако проводить между ними знак тождества не представляется возможным. Точнее было бы сказать, что трансмедийность, будучи понятием неразрывно связанным с мультиплатформенностью и медийными технологиями, получившими развитие в

---

[183] Седых Э. В. К проблеме интермедиальности// Вестник Санкт-Петербургского Университета, 2008, Сер. 9. Вып. 3. Ч. II. С.210-214.; Хаминова А.А., Зильберман Н.Н. Теория интермедиальности в контексте современной гуманитарной науки//Вестник Томского государственного университета, 2014. № 389. С. 38–45.; Тишунина Н.В. Методология интермедиального анализа в свете междисциплинарных исследований//Anthropology. Web-кафедра философской антропологии. URL: http://anthropology.ru/ru/text/tishunina-nv/metodologiya-intermedialnogo-analiza-v-svete-mezhdisciplinarnyh-issledovaniy (дата обращения 02.02.2017).

[184] Седых Э. В. К проблеме интермедиальности// Вестник Санкт-Петербургского Университета, 2008, Сер. 9. Вып. 3. Ч. II. С.210.

[185] Хаминова А.А., Зильберман Н.Н. Теория интермедиальности в контексте современной гуманитарной науки//Вестник Томского государственного университета, 2014. № 389. С.40.

[186] Там же.

[187] Там же. С.38, 41.

[188] Там же. С.40.

[189] «В широком смысле интермедиальность — создание целостного полихудожественного пространства в системе культуры (художественного метаязыка культуры, по Ильину). В узком — особый тип внутритекстовых взаимоотношений в художественном произведении, где взаимодействуют разные виды искусства» (Седых Э. В. К проблеме интермедиальности// Вестник Санкт-Петербургского Университета, 2008, Сер. 9. Вып. 3. Ч. II. С.210).

XXI веке, подразумевает в том числе формирование интермедиальных связей внутри мультиплатформенного медиапространства.

Данный тезис подтверждается в первую очередь практикой, где импульс к эволюции экранного произведения в произведение трансмедийное посылает сама медиаплатформа. Так, например, в 2011 году был снят первый фильм, специально нацеленный на демонстрацию исключительно на планшетном компьютере ipad (The Silver Goat, Великобритания, реж. А.Брукнер, 2011). Авторы фильма отмечают, что стилевые решения фильма во многом определялись свойствами и особенностями платформы[190]. Фактически фильм представляет собой программное приложение, что подразумевает взаимодействие с аудиторией[191] и возводит его просмотр в статус «опыта». Данный опыт является и развлекательным, и личным, так как планшетный компьютер – платформа, предполагающая адаптацию под каждого конкретного пользователя, своеобразная «проекция» пользователя. Более, данный опыт подразумевает возможность вступить в коммуникацию с авторами фильма, и процесс коммуникации может быть потенциально незавершаем.

Комментируя перспективы генезиса трансмедийных произведений в отечественной практике, специалист индустрии компьютерных игр, К.Орловский также отмечает эту способность платформы формировать собственный запрос на трансмедийный контент: «Я думаю, что всё пойдет со стороны «таблеток» [то есть планшетных компьютеров], на которых будут появляться подобного класса продукты. Они уже появляются. Сначала будут интерактивные книжки, например, «Алиса в стране чудес». Ты сможешь не только читать ее, но и смотреть картинки и взаимодействовать с ними. Эти тренды [тенденции] будут развиваться в сторону всё более глубокого взаимодействия, сливаясь с игровой индустрией. Мне кажется, это будет очень востребовано, но пока хороших примеров нет – и коммерческих, и творческих»[192].

---

[190] Ue Tom. Catching up with The Silver Goat. An interview with Tom Colley//Academia.edu. URL: https://www.academia.edu/11766715/Catching_up_with_The_Silver_Goat_An_Interview_with_Tom_Colley (дата обращения 02.02.2017).

[191] Ue Tom. Unpacking The Silver Goat: An Interview with Aaron Brookner // Film International. URL: http://filmint.nu/?p=6319

[192] *Цит.по* Спиридонов М. Создатель компании Nival Network Сергей Орловский о том, как игры влияют на систему

Высокой степенью популярности в отечественных исследованиях обладает термин «трансмедиа», фактически представляющий из себя кальку с английского transmedia. Несмотря на свою распространённость, этот термин не совсем точен. В зарубежной практике transmedia понимается скорее как прилагательное (трансмедийное) и чаще всего используется в сочетании с существительным – трансмедийное повествование (англ. transmedia storytelling), трансмедийная сериальность (англ. transmedia seriality), трансмедийная аудитория (transmedia audience), трансмедийная Вселенная (англ. transmedia Universe). В отечественном поле «трансмедиа» чаще всего трактуется как подход или комплекс подходов[193] к выстраиванию мультиплатформенного нарратива[194] или как особый вид художественных текстов, способных «расщепляться» на множество платформ[195], Надо отметить, что деление между этими двумя трактовками крайне условно: исследования, как правило, затрагивают и технологический аспект, и вопросы трансмедийности художественного текста. В редких случаях трансмедиа понимается как «сверхновое» гибридное массмедиа или вид новых медиа[196].

В рамках данного исследования целесообразно использовать «трансмедиа...» в сочетании с существительными, чтобы подчеркнуть относимость понятия к контексту мультиплатформенности: «трансмедиа-проект», «трансмедиа-система». Для описания методов, подходов, способов и комплексов технологий, которые используются для реализации мультиплатформенных произведений, применяется термин «трансмедийные технологии». Гибридные художественные и информационные тексты, подразумевающие расширение на множество платформ, называются «трансмедийными».

В теории и на практике трансмедийность нередко упоминается в связи с рядом концепций из разных дисциплин. Часть из этих концепций обусловила её

образования, почему меняется игровой рынок и что такое «трансмедийность» //Forbes. URL: http://www.forbes.ru/tehno-opinion/internet-i-telekommunikatsii/80732-chelovek-budet-deistvovat-vo-mnozhestve-realnostei-

[193] Шевченко В.Э. Визуальные коммуникации: тенденции форм и технологий передачи информации // Вестник Челябинского Государственного Университета, 2015. №5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 189

[194] [Экранный] нарратив в рамках данного исследования понимается как повествовательный комплекс структур аудиовизуальных образов.

[195] М. А. Черняк. Литература эпохи Web 2.0// Universum: Вестник Герценовского университета, 2011. № 4. С. 41-48.

[196] Якубенко Е.Н. Конвергенция как фактор формирования современного медиа-рынка// Вестник Брянского государственного университета, 2015. № 1. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/konvergentsiya-kak-faktor-formirovaniya-sovremennogo-media-rynka (дата обращения 02.02.2017).

формирование, часть представляет собой формы её актуализации в различных социокультурных областях. Перечислить все идейные и концептуальные комплексы, связанные с развитием трансмедийности, в рамках одного исследования не представляется возможным. Ниже представлены те из них, которые аспектно или обстоятельно затрагиваются в данной работе.

Идейно-концептуальный базис для развития трансмедийности обеспечили:

- полифония (художественного текста); диалогизм (художественных текстов, культуры); амбивалентность («двойственность и внутренняя диалогичность»[197] [смеховой, карнавальной] культуры) по М.М.Бахтину.

Полифония, введённая М.М.Бахтиным прежде всего в качестве структурного принципа по отношению к романам Ф.М.Достоевского, где «все голоса персонажей» представлены как «самостоятельные партии»; «борьба и взаимное отражение сознаний и идей составляет <...> суть поэтики <...> автор <...> не имеет никаких преимуществ перед голосами персонажей»[198] впоследствии расширилась до масштабной концепции диалога, охватывающей различные области философии и культуры.

Трансмедийные тексты, обращающиеся в современном мультиплатформенном медиапространстве, полифоничны по своей природе: автор не имеет преимущества не только перед голосами персонажей, но и перед голосами представителей активной аудитории. Вокруг трансмедийных текстов формируются не диалоги, а полилоги, в которых видимыми становятся процессы выстраивания интертекстуальных взаимосвязей и рождения смыслов. Принцип амбивалентности заложен в форме трансмедийного произведения, в его художественной выразительности, и в модели медиакультуры, которая обеспечивает актуализацию трансмедийности[199].

---

[197] Библер В.С. Михаил Михайлович Бахтин, или поэтика культуры (На путях к гуманитарному разуму). – М.: Гнозис, 1991, С.105.

[198] С.П. Белокурова. Словарь литературоведческих терминов. URL: http://literary_criticism.academic.ru/268/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%8F (дата обращения 02.02.2017).

[199] Амбивалентность как ключевая особенность современной медиакультуры, проявляющая себя как на содержательном уровне, так и на уровне художественной выразительности трансмедийных повествований обстоятельно раскрывается в параграфе 1.3 первой главы данного исследования.

- концепция «всеобъемлющего произведения искусства» (нем. Gesamtkunstwerk), популяризированная композитором Р.Вагнером и описывающая «искусство будущего», в котором каждое произведение будет представлять собой гармоничный синтез художественно-выразительных средств различных искусств, а автономные искусства в принципе перестанут существовать, слившись в единое Искусство.

Трансмедийность на данный момент не обеспечивает «всеобъемлющего единения искусств и медиа», однако формирует определённый импульс к объединению разнородных объектов и субъектов, составляющих современную медиасферу, к самоорганизации в трансмедиа-систему.

- медиамикс (англ. media mix) – стратегия, используемая в Японии с шестидесятых годов двадцатого века, подразумевающая распространение медиаконтента, первоначально возникшего на базе японской мультипликации (аниме), на различные платформы, каналы, физические носители, включая широковещательные медиа (ТВ, радио), компьютерные игры; а также игрушки и парки развлечений. Фактически медиамикс – признанная исследователями[200] «предтеча» трансмедийного повествования, возникшая до генезиса феномена мультиплатформенности медиапространства.
- кроссмедиа (англ. cross-media marketing) – форма актуализации трансмедийности, подразумевающая использование комплекса медианосителей, медиаканалов, медиаплатформ исключительно для решения экономических, маркетинговых и рекламных задач.
- глубокие медиа (англ. deep media) – вектор развития трансмедийности, впервые обозначенный западным исследователем Ф.Роузом[201] и подразумевающий не только мультиплатформенное медийное расширение нарратива, но и его «углубление», т.е. повышение способности «погружать»

---

[200] Jenkins H. “Media Mix is Anime’s Life Support System”: A Conversation with Ian Condry and Marc Steinberg (Part One) // Confessions of an Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins, 2013. URL: http://henryjenkins.org/2013/11/media-mix-is-animes-life-support-system-a-conversation-with-ian-condry-and-mark-steinberg-part-one.html

[201] Jenkins H. “Deep Media,” Transmedia, What’s the Difference?: An Interview with Frank Rose (Part One)// Confessions of an Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins, 2011. URL: http://henryjenkins.org/2011/01/deep_media_transmedia_whats_th.html (дата обращения 20.02.2017).

реципиента в себя за счёт использования самых современных трансмедийных технологий.

Каждая из перечисленных концепций вносит свой вклад в развитие понятийного поля трансмедийности. Подобная многоаспектность позволяет говорить о трансмедийности как об особой категории, сформированной в рамках современного мультиплатформенного медиапространства.

Трансмедийность симультанно актуализируется на нескольких уровнях. На уровне художественной выразительности (значимом для данной работы) свойство трансмедийности отсылает, прежде всего, к «многосмысленности, заложенной в форме»[202]; «многослойности» и полифонизму художественного языка экранных произведений. Данная «многослойность» обусловлена в том числе и полиэкранностью современного мультиплатформенного медиапространства. «Малые» экраны, такие как повсеместно интегрированные в повседневность смартфоны, планшетные и стационарные компьютеры и т.д., обладают особой пластической выразительностью кадра, динамикой экрана, спецификой звукозрительного образа. Перечисленные особенности формируют своеобразную многослойную эстетику, выраженную во множественном взаимопроникновении элементов различных медиа, которую малый экран позволяет воспринимать и интерпретировать. В приведённой ниже таблице перечислены важные для данного исследования аспекты специфики художественной выразительности малых и больших экранов, оказывающие влияние на художественное своеобразие трансмедийных экранных произведений. Необходимо также отметить особое экранное пространство, не вошедшее в таблицу, однако значимое для трансмедийного повествование – пространство компьютерных игр, развивающееся как на персональных компьютерах, ноутбуках и мобильных устройствах, так и на специально разработанных игровых консолях[203].

---

[202] Кривцун О.А. Эстетика: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2000.С.110.

[203] Аспекты художественной выразительности компьютерных игр, в частности, обстоятельно рассмотрены в исследовании И.И.Югай (Югай И.И. Компьютерная игра как жанр художественного творчества на рубеже XX-XXI веков. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата искусствоведения. Спб., 2008. – 26 с.).

Таблица №1

Специфика средств художественной выразительности экранных пространств, используемых для построения трансмедиа-модели

Стационарные экраны	
Тип экрана	*Специфика средств экранной выразительности*
Экран в кинотеатре	**РАЗМЕР:** самый большой экран из представленных в таблице, намного превышающий человеческий рост – до 35,72 м в длину и 29,57 м в высоту. На данный момент (2017), как правило, – широкоформатный (соотношение сторон экрана – 16:9[204] и др.). Эволюция формата экрана предполагает переход от соотношения сторон 4:3 к 16:9. **ХАРАКТЕР ПРОСМОТРА:** массовый, коллективный; аудитория – широкая, для неё характерна «соборность». Во время просмотра формируется эффект «соборной сопричастности» аудитории. Просмотр зрелища в кинотеатре для аудитории предполагает *нарушение обыденности*. **ИНФОЁМКОСТЬ:** Информационная ёмкость экрана высокая, есть возможность считать визуальную информацию, расположенную «вне фокуса» зрительского внимания. При воспроизведении киноконтента в рамках данного экрана преимущественно отсутствует возможность самостоятельных зрительских манипуляций с экранным продуктом – остановка, перемотка, покадровое воспроизведение[205]. **ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА:** Экран рассчитан на демонстрацию *зрелищной* продукции. Преобладает ассоциативный монтаж.
Проекционный экран («домашний» кинотеатр)	Естественным образом наследует особенности экранной специфики кинотеатрального экрана, однако предполагает не массовый, а семейный/индивидуальный просмотр. Есть возможность неограниченного воспроизведения аудиовизуального текста.
Экран телевизора	**РАЗМЕР:** Диапазон диагоналей телеэкранов составляет 9-10.1" для портативных моделей, 14-152" для домашних телевизоров, и 43-201" для

[204] Сегодня существуют и другие значения, однако принципиально важно для данной таблицы противопоставление широкоформатного экрана экрану с соотношением сторон 4:3.

[205] Следует отметить, что *оцифрованный* аудиовизуальный контент предполагает возможность повторного воспроизведения, остановки, покадрового воспроизведения, креативных манипуляций и творческого переосмысления аудиторией, в то время как неоцифрованный кино- и телеконтент ограничен для повторного воспроизведения и перечисленных воздействий.

	наружных плазменных панелей. **ХАРАКТЕР ПРОСМОТРА:** семейный/индивидуальный. Совместный просмотр формирует эффект «сопричастности близких». Посредством *свойства программности* ТВ моделирует «обыденность» лояльной аудитории. **ИНФОЁМКОСТЬ:** Информационная ёмкость экрана – высокая, возможность повторного воспроизведения экранного продукта может быть ограничена. **ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА[206]:** Основной принцип организации контента базируется на *свойстве программности*[207]. Влияние на восприятие оказывает zapping, то есть практика быстрого переключения каналов, обусловливающая структурную нелинейность. Коммуникативность преобладает над зрелищностью. Художественная выразительность испытывает на себе влияние инфотейнмента (развлечение + информирование). Выразительные средства направлены на формирование эффекта «сопричастности» и *одновременности* события и смотрения. Формируется своеобразная *эстетика одновременности*, характерная для телепродукта.
Экран персонального компьютера (ПК)	**РАЗМЕР:** Диапазон диагоналей от 18.5" до 43". **ХАРАКТЕР ПРОСМОТРА:** «интимный». Пользователи воспринимают расстояние между собой и экраном ПК и пространство экрана ПК как личное, «интимное» пространство. Просмотр контента может быть сопряжён с творческой, эвристической, образовательной и др. деятельностью. **ИНФОЁМКОСТЬ:** Информационная ёмкость экрана повышается посредством **гипертекстуальности**. Возможность «считывания» и «перечитывания» художественного текста максимально высокая. **ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА:** *Веб-дизайн* выступает как инструмент создания художественной выразительности и построения повествования[208]. Художественным и информационным текстам свойственен «*новый синкретизм*»[209] и *мультимедийность*. Для контента характерна *любительская эстетика*, формируется особая стилистика «цифрового Интернет-фольклора». Развивается *инфографика*, статичные изображения эволюционируют в гибриды (*gif-изображения, интернет-мемы* и др.). Экранное пространство максимально *персонифицировано* и «*капсулировано*» – своеобразная ситуация личной комнаты со «стеклянными дверями». Экран адаптирован для просмотра аудиовизуальной продукции и одновременно может использоваться как *трансмедийный инструмент*. Ключевое свойство экрана, определяющее специфику его выразительности – *интерактивность*. На расширение контента оказывает влияние «*информационный сёрфинг*», осуществляемый пользователем. Авторская инстанция размыта, коллектив «самопровозглашённых соавторов», включённых в общий «полилог», постоянно растёт. Структура контента формируется пользователем и дополняется *«всплывающими» инф. сообщениями* (рекламные баннеры), которые пользователь не контролирует. *«Периферия экрана»* испытывает на себе влияние интересов пользователя и представляет собой результат его поисковых запросов.

[206] Важно отметить техническую возможность использования современного телевизора в качестве монитора ПК. В этом случае контент не подразумевает сторонней организации, цензуры, сетки, программности, и структурируется пользователем лично.

[207] Профессионалы ТВ предпринимают попытки предоставить зрителям возможность формирования собственной индивидуальной программной «сетки», однако, на данный момент подобные попытки не дают устойчивого результата вследствие технико-технологических причин.

[208] См. например Сумская А.С. Трансмедиа storytelling в маркетинговых pr-коммуникациях//Вестник ЧелГУ. 2016. №13 (395) С. 120-122.

[209] Познин В.Ф. Выразительные средства экранных искусств: эстетический и технологический аспекты. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора искусствоведения. СПб, 2009. С.10.

Экранное пространство виртуальной реальности, созданной с помощью специальных устройств – шлемов, очков, пультов управления (VR).	«Разрушение» ограниченного пространства кадра. и постепенная **«театрализация»** экранного продукта. Повествование подразумевает вариативность развития сюжета, естественным образом зависимого от действий реципиента. Восприятие контента не всегда эффективно, в связи со сложностью адаптации человеческого мозга к нестандартным условиям VR.
Мобильные экраны	
Тип экрана	*Специфика средств экранной выразительности*
Экран ноутбука, нетбука, планшетного компьютера	**РАЗМЕР:** Диапазон диагоналей – 10.1-18.4" для ноутбуков; 7-12" для нетбуков; 7-10.1" для планшетов, в настольных моделях диагональ может составлять до 24". **ХАРАКТЕР ПРОСМОТРА** естественным образом наследует особенности экранной специфики стационарного ПК. **ИНФОЁМКОСТЬ:** Информационная ёмкость экрана позволяет ему выступать инструментом как для интерактивного взаимодействия, так и пассивного просмотра. **ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА:** Мобильность экрана влияет на темпоральные характеристики аудиовизуального контента. У сжатых по хронометражу аудиовизуальных материалов выше способность привлекать и удерживать аудиторию[210].
Экран смартфона/iphone	**РАЗМЕР:** Наиболее «мобильный» экран, сопровождающий современного человека практически во всех его передвижениях. Диапазон диагоналей – 2.63-6.8" для смартфона; 4-5,5" для iphone. **ХАРАКТЕР ПРОСМОТРА:** «интимный», личный. **ИНФОЁМКОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТА:** Величина экрана приводит к доминанте крупного плана. Наиболее близкая к определению «расширения человека» экранная платформа, фактически – продолжение руки. Главный инструмент коммуникации, максимально персонифицированная и «личная» платформа. Для контента, создаваемого для воспроизведения на смартфонах, возрастает роль звукового сопровождения. Наиболее перспективной областью наращивания художественной выразительности для смартфонов на текущий момент (2017 г.) выступает технология создания «дополненной реальности» (англ. augmented reality, AR).

Полиэкранность и мультиплатформенность, таким образом, выступают «краеугольными камнями» для трансмедийных экранных произведений, особенности которых рассматриваются в следующем параграфе.

§1.2. Мультиплатформенная повествовательная модель в современных экранных искусствах

Трансмедийное повествование (в практической сфере нередко используется

[210] Речь идёт не о кино- и телепродуктах и произведениях, воспроизводимых посредством ПК и ноутбуков, а о других современных аудиовизуальных формах – видеороликах, рекламе, трейлерах, клипах, «вирусных» видео, любительских видео, видеоблогах и др.

калька с английского transmedia storytelling – трансмедиа сторителлинг), по определению Г.Дженкинса, данному в 2011 году, – это процесс[211], при котором целостные (интегративные) элементы художественного произведения систематически распространяются (диспергируются, «распыляются»: данный термин, равно как и множество понятий из области современных медиатехнологий, сознательно заимствован Генри Дженкинсом из естественных наук) на множество (медиа) каналов с целью создания единого комплексного и скоординированного развлекательного опыта[212].

Понятие «развлекательного опыта» является ключевым для ряда западных трансмедиа-практиков и теоретиков, которые, выражаясь языком М.Макклюэна, «погрузились в пучину воображения и культивирования ценностей развлечения»[213]. Оправданность такого подхода для западных эстетических реалий демонстрируют, например, обстоятельно рассмотренная во второй главе данного исследования экспериментальная картина «Жизнь за один день», одна из героинь которой жалуется, что у неё в жизни не происходит ничего выдающегося, но она, тем не менее ждёт необычайных событий[214]. Современная экранная культура стремится предоставить аудитории множество примеров удивительной, насыщенной событиями жизни, что неизбежно влечёт к фрустрации от реальности и необходимости более сильных, интересных, необычных эмоций и иммерсии именно в развлекательной среде. А.А.Новикова справедливо сопоставляет подобную фрустрацию с информационно-новостным потоком, транслируемым на современного человека посредством телевидения и других медиаканалов: «собственная жизнь людей <...> воспринимается как скучная, небогатая впечатлениями»[215].

---

[211] В силу своей многогранности и многоуровневости, трансмедиа сторителлинг – это явление, которое может быть обозначено и как процесс (применительно к какому-либо конкретному медиапроекту), и как целостная концепция выстраивания нарративного пространства. В рамках данной работы используется понятие «модель», чтобы охватывать сразу и концептуальные, и процессуальные характеристики.

[212] Jenkins H. Transmedia 202: Further Reflections//Confessions of an Aca - Fan. URL: http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html (дата обращения 20.02.2017).

[213] Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский.: КАНОН-Пресс-Ц.; Кучково поле, 2003. – С.23.

[214] Жизнь за один день, англ. Life in a day, Великобритания, США, 2011, продюсеры К.Макдональд, Р.Скотт. URL: https://www.youtube.com/watch?v=JaFVr_cJJIY (дата обращения 04.02.2017, таймкод: 1:34:56).

[215] Новикова А. А. Телевизионная картина мира как объект исследования//Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Филологические науки, 2012. № 13 (93). С.10.

Предпосылки к формированию мультиплатформенной повествовательной модели появились вне цифровой эпохи. Родственная концепция «медиамикса» образовалась в 1960-е годы XX столетия; в это же время возникла «Вселенная» комиксов Marvel и вышел на экраны британский научно-фантастический сериал «Доктор Кто» (англ. Doctor Who, 1963-2016...), впоследствии расширившийся до размеров настоящей трансмедийной «медиагалактики». Изучение трансмедийной идеологии современных медиа и экранных искусств невозможно вести вне контекста истории развития медиасферы как таковой. Ряд исследователей обозначают в качестве «ранних» трансмедийных проектов Библию или комплекс произведений, посвящённый древнегреческой мифологии[216].

В официальном определении Гильдии продюсеров Америки подчёркивается, что «нарративный трансмедиа-проект или франшиза[217] должна состоять минимум из трёх линий повествования, существующих в рамках одной вымышленной Вселенной, [каждая из линий] на одной из следующих платформ: Кино, Телевидение, Короткометражное кино, Интернет (в англ. оригинале – Broadband), Литература, Комиксы, Анимация, Мобильные приложения, [Парки развлечений] и другие Особые места [в англ. оригинале – Special Venues], DVD/Blu-ray/CD-ROM, Повествовательная Реклама, Маркетинговые Коммуникации, и другие технологии <…> Повествовательные расширения НЕ являются тождественными друг другу, или модифицированными копиями друг друга»[218]. «Хрестоматийные» примеры практического воплощения модели трансмедиа сторителлинга включают в себя крупнейшие западные медиафраншизы, такие как «Звёздные войны» (Star Wars, США, 1977-2017…, продюсеры Дж.Лукас, К.Кеннеди и др.), «Доктор Кто» (Doctor Who, Великобритания, 1963-2016…, продюсер С.Моффат и др). В качестве отечественных примеров трансмедиа-проектов исследователи обозначают, в

---

[216] Johnson D. A history of transmedia entertainment//Spreadable media. URL: http://spreadablemedia.org/essays/johnson/#.V-F3nJN95Zo (дата обращения 04.02.2017).

[217] Медиафраншиза (англ. media franchise) – совокупность медиаматериалов, в рамках которой актуализируется единый диегетический и образно-тематический строй какого-либо художественного произведения, как правило, частично или полностью защищенный авторским правом.

[218] Producers Guild of America. Code of credits – new media.
URL: http://www.producersguild.org/?page=coc_nm&hhSearchTerms=%22transmedia+and+narrative%22#transmedia (дата обращения 04.02.2017).

частности, проект S.T.A.L.K.E.R. (Украина, 2002-настоящее время, разработчик – GSC Game World)[219].

Для понимания как современного учёного, так и «рядового» пользователя или зрителя модель трансмедийного повествования довольно проста, так как она легко коррелируется с многообразным медийным и мультиплатформенным пространством повседневной жизни. Тем не менее, несмотря на то, что все определения рассматриваемой нами модели существуют в общей системе координат, окончательного единства в них пока не наблюдается. Так, в отечественных научно-популярных материалах можно встретить определение трансмедиа как «многомерных разномедийных пространств, разрастающихся вокруг популярных брендов»[220].

В английском и русском языках приставка «транс-» образует слова со значениями «проходящий через большое пространство, указание на которое содержится в корневой части слова» и «располагающийся за чем-нибудь, по ту сторону того, что обозначено корневой частью слова». Кроме того, «транс-» часто подразумевает движение, направление через, сквозь что-либо, нахождение за пределами чего-либо. Суммируя всё вышесказанное, можно предположить, что трансмедийное повествование или трансмедиа сторителлинг – это технология построения такого повествовательной модели, которая «пересекает» медийное пространство и одновременно находится в отдалении («по ту сторону») от него. Иными словами, в то время как его различные воплощения на различных медиаплатформах видоизменяются и трансформируются, «мир», мифология и основополагающая идея вымышленного мира сохраняют свою целостность.

Прежде чем перейти к анализу модели трансмедийного повествования, целесообразно более обстоятельно остановиться на истории происхождения термина. Впервые термин «трансмедиа» (transmedia) был использован в 1991 году американской исследовательницей из Университета Южной Калифорнии

---

[219] *Цит.по* Задорожна Ю. Наталья Соколова: «Интернет антропологически меняет своих пользователей»//Media Sapiens. URL:http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/natalya_sokolova_internet_antropologicheski_menyaet_svoikh_polzovateley/ (дата обращения 31.03.2017).

[220] *Цит.по* Задорожна Ю. Наталья Соколова: «Интернет антропологически меняет своих пользователей»//Media Sapiens. URL:http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/natalya_sokolova_internet_antropologicheski_menyaet_svoikh_polzovateley/ (дата обращения 31.03.2017).

М.Киндер. В своей книге «Играя с властью в кинематографе, на телевидении и в видеоиграх…»[221] М.Киндер изучала влияние, которые оказывают крупные аудиовизуальные медиафраншизы, обозначенные автором как «развлекательные супер-системы», на детскую аудиторию и культуру. Дословно введённый ею термин звучал как «трансмедийная интертекстуальность» и описывал принцип, по которому нарративное «ядро» проекта, рассчитанного на детскую и подростковую аудиторию, перемещается с одной платформы (кино, телевидение, компьютерные игры) на другую, а адаптировавшийся к той или иной платформе контент развивается и вступает во взаимодействие с другими составляющими проекта.

С начала девяностых годов двадцатого века термин «трансмедиа» так или иначе применялся равно как в академической, так и в практической сфере. Тем не менее, большинство исследователей считают точкой отсчёта в использовании термина публикацию статьи «Трансмедиа сторителлинг» в журнале Technology Review в 2003 году[222]. Автор статьи, упомянутый выше американский медиафилософ, культуролог, исследователь аудиовизуальных искусств, профессор Университета Южной Калифорнии, Генри Дженкинс, не только впервые ввёл понятие «трансмедиа сторителлинга», впоследствии прочно утвердившееся как в научной, так и научно-популярной сферах, но и укрепил его в контексте мультиплатформенности медиапространства (что позволяет использовать термины «трансмедийное» и «мультиплатформенное» повествование как синонимы), конвергентной культуры и новых медиа.

Как правило, в трудах, посвящённых трансмедийному повествованию, подчёркивается междисциплинарный характер объекта исследования. «Трансмедиа сторителлинг» целесообразно рассматривать с нескольких точек зрения, в частности, с позиций искусства, медиа, коммуникаций, культуры и маркетинга, так как перечисленные сферы находятся в постоянном взаимодействии с развивающимися цифровыми технологиями. Зависимость

---

[221] Kinder M. Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. University of California Press, 1991. – 277с.

[222] Jenkins H. Transmedia Storytelling//Technology review. URL: https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/ (дата обращения 23.02.2017).

развития концепции трансмедиа сторителлинга от динамики развития технологической базы и приводит к тому, что понимание сути трансмедийного повествования как теоретиками, так и практиками, постоянно корректируется.

Г.Дженкинс подчёркивает необходимость выстраивания трансмедийного повествования, отталкиваясь от художественного образа персонажа и анализирует питательную для трансмедиа-проектов среду, возникшую вследствие развития цифровых технологий в сфере производства кино и компьютерных игр. Исследователь подчёркивает, что развитие технологий в целом делает сложные процессы производства творческого продукта дешевле и доступнее, как следствие повышая и взаимную интеграцию между искусствами [в том числе и экранными], медиаканалами и медиаплатформами.

Кроме того, в этой же статье, ставшей во многом краеугольным камнем для последующих исследований, Г.Дженкинс говорит о том, что предпосылки к осознанному построению полноценных трансмедиа-моделей стоит искать, в первую очередь, в потребностях аудитории. В качестве примера автор приводит детскую и подростковую аудиторию, воспитанную на таких «естественно» трансмедийных проектах, как «Покемон» (англ. Pokemon, – одна из крупнейших медиафраншиз, существующая с 1995 года и получившая «второе рождение» в 2016 году в связи с развитием технологий создания дополненной реальности и выходом игры Pokémon Go[223]). Исследователь подчёркивает, что, повзрослев, эта аудитория ожидает проявлений трансмедийности от всех значимых произведений искусства, с которыми ей придётся впоследствии взаимодействовать. Сегодня, развивая этот тезис, можно утверждать, что вчерашние потребители подобных «Покемону» художественных продуктов стали производителями и авторами, для которых трансмедийность вполне естественна.

Генри Дженкинс изначально разделяет необходимый для создания полноценного трансмедиа-проекта процесс сотворчества авторов контента для разных платформ и процесс механистической адаптации содержимого,

[223] Pokémon Go (США, 2016, разработчик Niantic, Inc) – Бесплатная игра, в которой может примать участие неограниченное число пользователей. «Игроки используют мобильные устройства с GPS с возможностью находить, захватывать, сражаться и тренировать виртуальных существ, которых называют покемонами, которые появляются на экране, как если бы они находились в том же реальном месте, как и игрок». URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Pok%C3%A9mon_Go (дата обращения 04.02.2017).

произвольного заимствованного с одной платформы и перенесённого на чужеродную почву другой медиаплатформы или медиаканала. В частности, он критически воспринимает типичную для начала «нулевых» годов ситуацию, в которой авторы успешных кинолент накладывали жёсткие ограничения на разработчиков компьютерных игр, разворачивающихся в рамках одного нарратива; и заявляет о необходимости подходить к конструированию крупных аудиовизуальных франшиз не с экономической, а с художественной точки зрения. Тем не менее, в 2003 году Г.Дженкинс говорил о необходимости существования одного творческого руководителя или группы руководителей, которые конструируют и контролируют крупную трансмедиа-франшизу[224].

По Г.Дженкинсу, в своей идеальной форме, трансмедиа сторителлинг – это модель выстраивания мультиплатформенного экранного произведения, в которой каждый вид медиа, на котором «располагается» определённый контент, вносит в общую концепцию проекта особый, уникальный вклад, обусловленный собственной, смысловой и технологической, спецификой. В то же время каждая часть трансмедиа-франшизы должна быть автономной частью целого, то есть может восприниматься отдельно от всего комплекса медиаплатформ, носителей, и каналов, использованных в выстраивании нарратива. Генри Дженкинс также выделяет роль особого, комплексного, сложного вымышленного «мира» истории, без которого полноценное медийное расширение нарратива невозможно.

Ещё один крупный исследователь трансмедийного повествования Карлос Альберто Сколари в своей книге «Transmedia Archeology»[225], изданной в 2014 году, отмечает: «Трансмедиа-нарративы могут начинаться в Голливудской студии или в офисе компании, производящей комиксы, а продолжаться, например, в блоге, который ведёт мексиканская девочка или в видео-пародии, загруженной на YouTube группой австралийских фанатов»[226]. К.А.Сколари также подробно анализирует предпосылки и истоки трансмедийного нарратива в отдельной ветви

---

[224]Jenkins H. Transmedia Storytelling//Technology review. URL: https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/ (дата обращения 23.02.2017).
[225] Scolari C.A., Bertetti P., Freeman M. Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines. London.: Palgrave Macmillan., 2014. – 95 с.
[226] Там же. С.15.

исследований, так называемой «трансмедиа-археологии», а в качестве примера приводит Библию, как один из первых комплексных трансмедиа-проектов. Любопытно, что именно библейский сюжет лёг в основу одного первого в мире полнометражного фильма, действие которого протекает в виртуальной реальности – «Иисус ВР – История Христа» (Jesus VR – The Story of Christ, США, 2016, продюсер Э. Систи).

К.А.Сколари акцентирует внимание читателя на том, что определённый ряд повествований сегодня не только способен адаптироваться к трансмедийной модели, но требует мультиплатформенного подхода по ряду причин: «повествование настолько увлекательно, что персонажи требуют больше пространства и времени, чтобы рассказать свои истории»[227]. В этом тезисе содержится ключевая идея медийного расширения нарратива по трансмедиа-модели: физические медианосители предоставляют художественным образам, существующим в рамках вымышленной реальности, пространство, а комплексные медиаплатформы и медиаканалы – время для поступательного развития, причём время, практически неограниченное, как неограничен срок хранения любой информации в мире, связанном посредством глобальной компьютерной сети Интернет.

Отечественная исследовательница Н.Л.Соколова, рассматривающая трансмедиа-технологии в своих трудах, посвящённых популярной культуре[228], отмечает, что «трансмедиа предполагают некоторую основу, «базовый», «начальный» текст (формат), вокруг которого строится множество повествовательных линий, создаются различные медийные форматы»[229].

Подчёркивая активную роль аудитории в создании комплексного трансмедийного проекта, Н.Л.Соколова также вводит в своё исследование термин

---

[227] Там же.

[228] Соколова Н. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора философских наук. Самара., 2010.; Соколова Н. Трансмедиа и «интерпретативные сообщества»//Международный журнал исследований культуры. №3 (4), 2011. С.16-21. URL: w.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2011/IJCR_03(4)_2011.pdf; Соколова Н. «Это ваше шоу!»: массовые креативные практики в трансмедийных проектах // Digital Icons, №6, 2011. URL: http://www.digitalicons.org/issue06/natalia-sokolova/ и др.

[229] Соколова Н. Трансмедиа и «интерпретативные сообщества»//Международный журнал исследований культуры. №3(4),2011.– С.18.

«интерпретативное сообщество», утверждённый в научном обращении С. Фишем[230] и подразумевающий объединения индивидов, к которых каждый конкретный «интерпретатор, читая [художественный] текст, не вычитывает некий истинный смысл текста, но истолковывает этот смысл <...> Однако представление о том, что нет «уже готового» смысла, отнюдь не означает, что мы неизбежно придем к культивированию произвольности и субъективизма, поскольку сами пути создания смысла ограничены теми институтами и сообществами, частью которых интерпретатор является»[231]. Точка зрения представителя того или иного интерпретативного сообщества, таким образом, «имеет социальную или институциональную природу»[232]. В контексте трансмедийного повествования интерпретативные сообщества – это в первую очередь группы преданных поклонников того или иного художественного произведения, которые используют возможности, предоставленные им современными технологиями, для создания уникальных гибридных художественных текстов, вписывающихся в «трансмедийную вселенную» исходного произведения.

Н.Л. Соколова, выполняя социокультурный анализ современной популярной культуры и рассматривая трансмедиа, в первую очередь, через призму продвижения контента и с точки зрения культурных практик аудитории, подчёркивает: «Феномен трансмедиа <…> наиболее полно отражает современные тенденции развития популярной культуры. Он характеризуется специфическим способом медиапроизводства, миграцией жанров и медиаформатов, новыми культурными практиками потребителей и специфическим опытом восприятия масс-медиа. Трансмедиа отражают противоречивый характер популярной культуры, поскольку создаются не только официальными производителями, но и культурными практиками потребителей, однако в коммерческом плане служат формированию чувства принадлежности брэнду»[233]. В данном контексте уместно

---

[230] Fish S. Is There A Text in This Class. – Harvard U. Press, 1980. С. 147–174.
URL: http://www.english.unt.edu/~simpkins/Fish%20Acceptable.pdf (дата обращения 04.02.2017).
[231] Бусыгина Н.П. Феноменологический и герменевтический подходы в качественных психологических исследованиях// Культурно-историческая психология, 2009. №1. С.63.
[232] Там же.
[233] Соколова Н. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора философских наук. Самара., 2010. С.15.

трактовать использованный исследователем термин «брэнд»[234] как некоторую художественно-информационную систему, образно-символический и сюжетно-повествовательный строй которой в состоянии обеспечить подобное «притяжение» интерпретативных сообществ.

Говоря о трансмедийном повествовании, целесообразно также подробно рассмотреть термин «сторителлинг» (калька с английского storytelling, образовано от «story» – история и «telling» – рассказывание), так он нередко применяется в отечественной практике и в контексте трансмедийного повествования, и самостоятельно. В широком смысле, процесс передачи информации в словах, звуках и/или изображениях, нередко в импровизационной или «приукрашенной» форме; с практической точки зрения – комплекс приёмов и процесс создания опыта, чаще всего развлекательного или образовательного, для реципиента.

Интересным вариантом синонима из русского языка также является устаревшее понятие «сказительство», одновременно предполагающее наличие творческой и интерактивной составляющей и отсылающее как к вопросам соотношения и взаимодействия автора, рассказчика и аудитории, так и к феномену фольклоризации нарратива, приобретающему важное значение в эпоху доминирования интернет-культуры.

Своеобразие термина «сторителлинг» также заключается в его междисциплинарности. Как отмечалось и доказывалось выше, в контексте трансмедийных технологий в экранных искусствах, сторителлинг – это прежде всего процесс разворачивания комплексных повествовательных систем, протекающий в технологически и информационно перенасыщенном пространстве. Однако данное понятие используется в менеджменте, маркетинге, рекламе, образовательных и различных социокультурных практиках, далёких от экранных искусств, – насколько это возможно в современной полиэкранной реальности. В перечисленных областях сторителлинг, как правило, сводят к процессу переструктурирования любой информации в простую для восприятия

[234] Бренд (англ. brand) – совокупный образ продукта, формируемый маркетологами в сознании аудитории, с целью его выделения в конкурентной среде, а также узнаваемая торговая марка продукта.

драматическую форму, с началом, серединой и концом. Важно, что популяризация термина в ряде указанных практических сфер неизбежно укрепляет связь и трансмедийного повествования с маркетинговыми и рекламными технологиями, что неизбежно ставит вопросы о манипулятивном потенциале этой повествовательной модели и преобладании экономических задач над художественными при её реализации.

Неслучайно одна из ключевых характеристик трансмедийного произведения – это его иммерсивность. Понятие иммерсии подразумевает иллюзию полного или частичного погружения реципиента (или «иммерсанта», – этот термин введён в художественную практику канадской художницей и исследовательницей технологий виртуальной реальности в искусстве Чар Дэвис[235]) в виртуальную реальность, вплоть до ощущения физического присутствия в нематериальном пространстве. Иммерсивность медиа – это способность различных видов медиа вовлекать реципиента в нарратив, на уровне восприятия стирая черту между физическим и нефизическим миром. Оба термина чаще используются в контексте видео- и компьютерных игр, однако, в свете нарастающей конвергенции медиа и экранных искусств, транслируются и на другие области и занимают место в перечне ключевых для современной медиасреды понятий. Ещё в 2014 году словосочетание «иммерсивный опыт» (англ. immersive experience) вошло в перечень главных социомедийных тенденций[236].

В 2013 году американский режиссер С.Спилберг отметил: «Мы никогда не сможем говорить об эффекте полного погружения, пока мы смотрим на квадрат [одного экрана]. Мы должны избавиться от него и разместить игрока [реципиента, иммерсанта] внутрь опыта, в котором неважно, куда ты смотришь, ведь ты везде окружен трехмерным опытом. Это будущее»[237]. В 2016 году это более не будущее, но настоящее – мультиплатформенное медиапространство само по себе исключает непрерывное восприятие развлекательного или информационного

[235] Osmose. URL: http://www.immersence.com/osmose/ (дата обращения 29.03.2017).
[236] Rose F. The Power of Immersive Media//Strategy+Business. – С.4. – URL: http://www.strategy-business.com/article/00308 (дата обращения 04.02.2017).
[237] Rose F. The Power of Immersive Media. – URL: http://www.strategy-business.com/article/00308 (дата обращения 06.03.2017).

опыта с одного экрана, а развитие технологий виртуальной реальности заставляет специалистов предупреждать о перспективах разрушения кадра, как смысловой и эстетической единицы экранных искусств – в частности, такие рассуждения можно было слышать во время дискуссии «Полное погружение: чего ждать от эры виртуальной реальности»[238], организованной институтом «Стрелка» в 2016 году.

Иммерсивный сторителлинг, иммерсивная журналистика, иммерсивный эффект, иммерсивный опыт – понятия, которые отсылают с одной стороны, к психологическому феномену восприятия художественного произведения, в зарубежной практике известному как suspension of disbelief, то есть, если переводить дословно, «намеренному вр*е*менному подавлению неверия» реципиента, иными словами, добровольной вере в предлагаемые обстоятельства (Дж. Р.Р.Толкин в своем хрестоматийном эссе «О волшебных сказках»[239] предлагал использовать родственный, но не тождественный, термин «вторичная вера»). С другой стороны, сегодня иммерсивность экранного нарратива достигается и за счёт технических возможностей: от инструментов создания виртуальной реальности или так называемых гарнитур дополненной реальности, до ставших практически «привычными» современной аудитории 3D-технологий и 360-градусных панорамных видео, в которых зритель может «оглянуться» в прямом смысле этого слова, даже не надевая специальных шлемов или очков. Рассматривая же феномен таких видеоматериалов в совокупности с развитием «лайфлоггинга» (от англ. lifelog, дословный перевод – запись жизни), то есть непрерывной фиксации повседневной жизни человека на специальную камеру, как правило, расположенную на уровне груди, уместно прогнозировать синтез технологий, который впоследствии приведёт к возможности фиксировать окружающую индивида реальность с недостижимым прежде уровнем детализированности и иммерсивности – и это совершится в обозримом будущем.

Американский медиаисследователь Ф. Роуз, автор значимого труда по

---

[238] Видеозапись доклада А.Дороничева и обусждения. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Yv9vXRzEulo (дата обращения 29.03.2017).

[239] Tolkien J.R.R. On Fairy Stories. URL: http://excellence-in-literature.com/wp/wp-content/uploads/2013/10/fairystoriesbytolkien.pdf (дата обращения 04.02.2017).

исследованию иммерсивности медиа «Искусство иммерсии» (англ. Art of immersion)[240] подчёркивает, что «иммерсия – это опыт потери себя в вымышленном мире»[241]. Он также ссылается на автора книги «Hamlet on the Holodeck» Дж. Мёррэй, определявшей реципиента иммерсивного медийного сообщения как человека, «окруженного принципиально иной реальностью, отличной столь же, сколь вода отличается от воздуха»[242].

Медийное расширение художественного произведения в медиапространстве может осуществляться «по воле» его авторов («сверху») или маркетологов («из центра»). Сегодня медиафраншизы, включающие в себя кинофильмы, игры, комиксы, литературу, мобильный контент, печатные периодические издания, отвечая требованиям динамичной внешней среды, разрастаются до состояния трансмедиа-систем, в которых контент для каждой платформы создается независимой командой профессионалов. Каждая такая команда преследует двустороннюю задачу – с одной стороны, создать контент, художественно-выразительная и содержательно-информативная специфика которого максимально раскроется на предназначенной ему платформе; с другой – вписать созданный нарратив в общий вымышленный мультиверс[243] медиафраншизы.

Наиболее наглядно это демонстрируется в индустрии комиксов, где понятия вымышленных художественных «Вселенных» и «Мультивселенных» считается основополагающим, равно как и понятие их смысловой и содержательной целостности[244]. Комплексные комикс-нарративы, симультанно актуализированные в кинематографе, печати и цифровых платформах, не воспроизводят механистически сюжеты друг друга, но существуют в рамках общего вымышленного «мультиверса», опираясь на ряд установленных идейно-концептуальных «канонов» и общий образно-тематический строй.

---

[240] Rose F. The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories. New York.: W. W. Norton & Company – 384 с.

[241] Rose F. Columbia's first annual Digital Dozen: Breakthroughs in Storytelling. С.3//Deep Media. URL: http://www.deepmediaonline.com/deepmedia/2016/01/columbias-digital-dozen-breakthroughs-in-storytelling.html#more

[242] Там же.

[243] Здесь и далее понятие «мультиверс» используется в значении «некоторое множество диегетических [вымышленных] миров» (Бойко М.Е. Развитие фабулы в экранных искусствах. Диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения. – М., 2014. – С.6), существующих в рамках единой художественной системы.

[244] Эти понятия в рамках комикс-культуры подробно рассматривает, в частности, автор комиксов, писатель и продюсер Стэн Ли. В англоязычной практике для обозначения смысловой и содержательной целостности используется термин continuity. (Ли Стэн. Как создавать комиксы. – М.: ЭКСМО, 2014. С.183).

Канон в комиксах – это не какой-либо конкретный, реализованный ранее нарратив, а свод правил, касающихся физических и моральных характеристик персонажей, причинно-следственных связей, темпорально-хронологических и космологических основ вымышленного мультиверса. Придать какому-либо из элементов мультиплатформенного нарратива статус смыслового центра значило бы поставить под угрозу динамичность и гибкость всей системы, которая существует и развивается не за счет обращения вокруг конкретного повествовательного «ядра», но посредством формирования множества смысловых и эстетических взаимосвязей между компонентами.

В 2017 году уместно говорить о своеобразной эстетической «экспансии» культуры комиксов в экранных искусствах. До выхода в 2000 году коммерчески успешной кинокартины «Люди Икс» (англ. X-Men, реж. Б.Сингер) фильмы, основанные на комиксах о «супергероях», считались ориентированными исключительно на узкий сегмент поклонников, несмотря на то, что предпосылки к последующему экспоненциальному возрастанию популярности таких картин у широкой аудитории были заложены уже в девяностых годах XX века телефильмом «Поколение Икс» (англ. Generation X, 1996 г., реж. Д.Шолдер) и кинокартиной «Блэйд» (англ. Blade, 1998, реж. С.Норрингтон). Ярким художественным высказыванием, чётко обозначившим основные тенденции в сегменте кинокомиксов на годы вперёд, стал «Человек-паук» (англ. Spider-Man, 2002 г., реж. С. Рэйми). В 2008 году американская компания Marvel Entertainment, владеющая правами на ряд наиболее популярных персонажей комиксов, основала так называемую «Кинематографическую Вселенную Marvel» – трансмедиа-франшизу, ограниченную рамками общего вымышленного мира. К концу 2016 года было выпущено четырнадцать кинокартин и четыре телесериала, события которых разворачивается в едином пространственно-временном континууме, а персонажи пересекаются, взаимодействуют между собой и развиваются в ходе единого мультиплатформенного экранного нарратива.

Практически полный творческий контроль за «Кинематографической Вселенной...» осуществляет продюсер К.Файги. План выхода новых кинофильмов

и сериалов франшизы составлен до 2019 года включительно. С 2012 года развивается также «Расширенная Вселенная» американской компании DC, основного конкурента Marvel в индустрии комиксов. Создание «Кинематографической Вселенной Marvel» сообщило повествовательную логику единых вымышленных «Вселенных» современной экранной культуре: по итогам 2016 года шесть из десяти наиболее коммерчески успешных кинокартин основаны на комиксах о «супергероях», а отражённые в них события развиваются в единых вымышленных Вселенных.

Использование термина «экспансия» оправдано тем, что подобный подход только усугубляет доминирование в экранной среде крупнейших медиафраншиз, создатели которых во главу угла ставят решение маркетинговых, а не художественных задач. Успех фильмов-комиксов и сериалов-комиксов базируется, прежде всего, на узнавании знакомых сюжетов и персонажей, своеобразной «игре» с поклонниками индустрии в рамках ранее установленных правил, что может ограничивать свободу авторов с нестандартной творческой позицией.

В отечественных экранных искусствах можно наблюдать иное проявление эстетической «экспансии» культуры комиксов. Отсутствие культуры комиксов, характерной, в частности, для США, где история «супергеройских» комиксов ведётся с 1938 года, в отечественной ментальности, приводит к невозможности конструирования подобных целостных вымышленных миров и выстраивания совокупности взаимосвязанных экранных нарративов. Однако можно наблюдать механистическое воспроизведение эстетики и сюжетики западных образцов. Примерами могут послужить кинокартины «Чёрная молния» (2009 г., реж. А.Войтинский), «Защитники» (2016 г., реж. С.Андреасян), «СуперБобровы» (2015 г., реж. Д.Дьяченко), «Только не они» (2016г., реж. А.Бойков).

Наиболее важным аспектом формирования художественно-эстетического своеобразия трансмедийных произведений выступает активный и не всегда предсказуемый вклад в них аудитории. Исследовательница трансмедийности М-Л.Райан отмечает, что в основе одной из наиболее успешных трансмедийных

повествовательных «Вселенных», а именно: Вселенной «Звёздных войн» (англ. Star wars) лежит история, которая способна «построить сообщество» («community building story»)[245]. Это ёмкое определение, на самом деле, несёт в себе сразу несколько крайне важных аспектов, проясняющих проблемы актуализации трансмедийных нарративов в отечественной практике. Текст, который лежит в основе трансмедийного повествования, должен выполнять функцию текста религиозного или мифологического, апеллирующего к эмоциям большой группы людей со схожими мировоззренческими установками. Это запустит необходимый импульс к самоорганизации медиапространства в систему и образованию более мелких «интерпретативных сообществ», которые начнут свою аналитическую и креативную деятельность по достраиванию смысловых и эстетических взаимосвязей и расширению трансмедиа-системы.

В отечественной практике наблюдается определённая сложность с определением, какие именно экранные тексты могут взять на себя мифотворческую или «псевдорелигиозную» функцию апеллирования в эмоциям и культурной памяти крупных сообществ. Данный тезис касается как реализации трансмедиа-модели в экранных искусствах «от аудитории», и «от авторов», так и «от маркетологов», которые, как правило, не концентрируются на особенностях и социокультурных особенностях исходного экранного текста, а вовлекают аудиторию во взаимодействие исключительно в рекламных целях.

§1.3. Особенности процессов самоорганизации платформ, каналов и носителей в современной медиасфере

Любая структура поддерживается за счёт систем взаимосвязей между составляющими её частями. В современном медиапространстве взаимосвязи формируются вследствие интертекстуальной природы экранного дискурса и гипертекстуальности интернет-среды. Прежде чем подойти непосредственно к вопросу соотношения интер- и гипертекста в современной экранной культуре,

[245] Ryan M-L. Transmedial Storytelling and Transfictionality//Academia.edu. URL: https://www.academia.edu/11912165/Transmedial_Storytelling_and_Transfictionality

необходимо остановиться на двух характеристиках, одновременно обеспечивающих и «бесконечное становление множественности» медиапространства[246], и его самоорганизующуюся сложноструктурированную природу – *трансинформациональности* и *трансинформативности*.

Термины «трансинформативность» (англ. trans-informativity) и «трансинформациональность» (англ. trans-informationality), вынесенные в заголовок данного параграфа, были введены в научное обращение профессором университета Миколаса Ремериса А. Аугустинайтисом в его научных статьях 1999[247]и 2001[248] года соответственно. Важно, что в авторской интерпретации данные термины не окончательно разведены между собой, однако в контексте данной работы именно разница в их толковании представляется особенно интересной.

Для определения понятия трансинформативности необходимо обратиться в первую очередь к толкованию популярного как в научной, так и околонаучной среде, термину «информативность», который фактически означает насыщенность сообщения новой информацией, то есть отношение неизвестной адресату информации, закодированной в сообщении, к известной, с синтаксической, семантической и прагматической точек зрения.

Таким образом, в рамках данной работы целесообразным представляется определить трансинформативность как информационное ядро сообщения, способное распространяться в современной мультиплатформенной и многоканальной медиасфере, трансформируясь, но сохраняя при множестве трансформаций информационную ценность для множества реципиентов и придерживаясь определённого логического вектора движения.

Понятие «информациональности» напрямую отсылает к введённому Мануэлем Кастеллсом в противовес термину «информационное общество»

---

[246] Нарижный Ю.А. Философия постмодернизма. URL: http://postmodern.in.ua/?p=1695 (дата обращения 06.02.2017).
[247] Augistinaitis A. Today as a Transinformativity. Sociology. Thought and action. 1999. №4(6). С.28-43 URL: http://www.journals.vu.lt/sociologija-mintis-ir-veiksmas/article/view/7014 (дата обращения 06.02.2017).
[248] Augistinaitis A. Today as transinformationality. Sociologija. Mintis ir veiksmas. 1999. Nr. 4 (6). C. 28-44 (дата обращения 06.02.2017).

понятию «информационального общества»[249], в котором «создание информации, её обработка и передача становятся фундаментальными источниками производительности и власти благодаря возникновению в данный исторический период новых технологических условий»[250].

Британский исследователь Скотт Лэш в своей книге «Критика информации» отмечает, что в таком обществе «долгосрочная и проксимальная» социальность заменяется информациональностью, которая «краткосрочна и дистанционна»[251]. Более поздние исследования, тем не менее, отрицают дихотомию социальности и информациональности, характеризуя «взаимоотношения» этих двух понятий в информационном обществе как «континуум»[252].

С.Л. Уразова в статье «Homo informaticus как тип личности. Конфликт зрелищного и реального на экране» связывает феномен информациональности современного общества с формированием нового типа личности, упомянутого в заголовке homo informaticus, человека информационного[253]: «информациональность» как атрибут социальной организации, по М.Кастельсу, расценивается как фактор социальной динамики в цифровое время, и то, что нарождение homo informaticus как нового типа личности явление отнюдь не эфемерное, не надуманное, а вполне реальное»[254].

Термин «трансинформациональность», тем не менее, при введении наделяется добавочным смыслом. В своей статье 2001 года «Инфотейнмент: культурный гипертекст двойной виртуальности», его автор, Арунас Аугустинайтис отмечает: «(в постиндустриальном мире) <…> материальные

---

[249] «По мнению Кастельса, последнее [информационное общество] говорит лишь о роли информации как «переданных знаний» в обществе, но в таком понимании информация «имела критическую важность во всех обществах». <…> Определяющим для информационального общества становится «воздействие знания на само знание как главный источник производительности» (Социология: Энциклопедия. Составители А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М.Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. Мн.: Книжный Дом, 2003. URL: http://voluntary.ru/dictionary/568/word/informacionalnoe-obschestvo (дата обращения 06.02.2017).

[250] Корытникова, Н.В. Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества//Социологические исследования, 2007. № 2. С.85.

[251] Lash S. Critique of information. SAGE Publications Ltd. 2002, C.75.

[252] Maekinen H. Globalization: Information, Knowledge and Networks //Knowledge of Society White Paper:5. 2006. URL: http://www.yhteiskunnantieto.fi/globalization.pdf (дата обращения 06.02.2017).

[253] «Homo informaticus» есть информационно техногенный человек», – отмечает В.Ю.Колмаков, уточняя при этом, что «человек разумный» и «человек информационный» – одно и то же существо, рассмотренное с разных сторон. Это тот, кто умеет преодолевать «страх перед новыми модусами информационной рациональности», и чье существование полностью зависит от «способности получать жизненно необходимую информацию» (Уразова С.Л. Телевидение в границах синергетики. Вектор. Составляющие. Тенденция. М.: Академия медиаиндустрии, МА «РУСНИКА», 2012. С. 114).

[254] Там же. С.115.

вещи и человеческие отношения стали носить характер, допускающий двоякое толкование (двусмысленный характер), который можно обозначить как трансинформациональность. В связи с этим, ко всем сторонам социального существования можно относиться как к информационным связям и коммуникативным взаимодействиям. Другими словами, идеалы, мораль, субъективные ценности органично смешивается с материальностью, объективными природными и экономическими сущностями. Это утверждение позволяет связывать информационным «клеем» общие организационные аспекты и динамизм во всех формах современной культуры»[255]. Таким образом, исследователь полагает, что трансинформациональность выступает связующим звеном всех видов практической деятельности человека и проявлений естественного природного окружения (объективной реальности) внутри современной культуры. Опираясь на глобальный контекст современной медиакультуры[256], феномен трансинформациональности позволяет строить разнообразные комплексы взаимосвязей, соединяющих многочисленные сообщения и дающие возможность различных интерпретаций.

В рамках данной работы в термине «трансинформациональность» важной представляется именно вышеупомянутая «двоякость» и «двусмысленность». Вопрос амбивалентности (двойственности) информации, информационного поля, современной медиасферы, социума и глобальной культуры – многоаспектная, комплексная философская и психологическая проблема, проявляющая себя практически на всех его уровнях, в том числе культурном и коммуникативном, активно исследуемая на данный момент и важная в рамках данного исследования, как неизбежно оказывающая влияния на восприятие и эстетику экранных искусств.

Для современной социокультурный картины мира характерна совокупность

---

[255] Augustinaitis A. Infotainment: Cultural Hypertext of Double Virtuality. – С.66.
URL: http://proceedings.informingscience.org/IS2001Proceedings/pdf/AugustinaitiisEBKCultur.pdf

[256] «Медиакультура» в рамках данной работы трактуется как общее понятие, обозначающее «совокупность информационно-коммуникативных средств, <...> комплекс материальных и интеллектуальных ценностей в сфере медиа, исторически сложившаяся система их производства и функционирования, <...> знаковая система, со своим «языком», «кодами» передачи реалий действительности <...> [медиакультура] включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия» (Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. – М.: Академический Проект, 2005. – С.7).

полярно противоположных явлений, процессов, и главное – полярных же субъективных оценок этих процессов в сознании как массовом, так и индивидуальном[257]; тем не менее, в сочетании образующих двуединую диалектическую целостность: с одной стороны «индивидуализм и разобщённость <…>, чувство <…> тотального одиночества, <…> безответственность сетевого общения Интернета, враждебная человеку техника, <…> возводящее деконструкцию и даже деструкцию в культ <…> искусство, <…> отчуждение от природы и экологические проблемы, увеличение разрыва между странами «развитыми» и «развивающимися», субкультурами маргинально «продвинутыми» и консервативными», с другой стороны – «прямо противоположные процессы, и тенденции»: «тесная экономическая, политическая, общественная, культурная интеграция <…>, вкупе с универсализацией и интернационализацией, и экуменические религиозные движения, широкие поликультурные процессы, объединяющие человечество <…>[258]и т.д.

Выше неслучайно подчёркнута субъективная природа оценок окружающей действительности индивидом. Множественность накопленных и переработанных массовой культурой и массовым сознанием философских, религиозных, научных, социальных и художественно-эстетических концепций, разрозненные фрагменты которых сливаются в единую мозаику в рамках каждого конкретного мировоззрения; наряду с естественно возникающим по мере смены парадигм разочарованием в их истинности и непреложности, на уровне восприятия приводит к отрицанию, осознанному или нет, дихотомии полярных понятий: таких, например, как модернизм и постмодернизм (развёрнутый взгляд на эту проблему представлен в исследовании И.В.Кукулина[259] или индивидуализм и коллективизм.

---

[257] В число полярных векторов, определяющих динамику социальных процессов, входят: мультикультурализм и глобализационные процессы; развитие в равной степени «культа» индивидуальности и партиципативной культуры в интернет-среде; интеграция процессов информирования и развлечения в СМИ и экранных искусствах; развитие систем коммуникации и социальная изоляция; накапливание и наслаивание информационных ресурсов, экспоненциальное возрастание их доступности, наряду с формированием индивидуальных «информационных пузырей»; формирование эффекта «длинного хвоста» и доминирование мировых трансмедиа-франшиз.

[258] Мурашов А. Б. Амбивалентность отчуждения в современной культуре. Дефиниции культуры. Сборник трудов участников всероссийского семинара молодых ученых. – Томск: Издательство Томского университета, 2001. URL: http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000111913 (дата обращения 06.02.2017).

[259] Кукулин И. В. Машины зашумевшего времени: как советский монтаж стал методом неофициальной культуры. – М.: Новое литературное обозрение, 2015. – 536 с.

В эстетике современных экранных произведений описанная выше двойственность эволюционирует в множественность и многослойность экранного произведения, наблюдаемую на всех уровнях – техническом, смысловом, символическом, визуальном, звуковом, сценарном, маркетинговом и т.д. Значение, таким образом, приобретает уже не просто двусмысленность, а всевозможные оттенки смысла.

Исследователь новых медиа Л.Манович в своей статье «Понимание гибридных медиа»[260] анализирует многосмысленность и многослойность экранного произведения, выраженную, в первую очередь, в визуальной эстетике современного экранного зрелища, прослеживая, в первую очередь технические и технологические причины её формирования.

В частности, сегодня у авторов экранных произведений есть возможность как сознательно «подчеркнуть» использование компьютерной графики, как это делается, например, в моушн-дизайне[261], так и полностью замаскировать спецэффект, изготовив визуальный симулякр реальности. Иными словами, в рамках одного кадра автор может противопоставить реальность объективную или вымышленную, или же безболезненно их интегрировать. Современные авторы, как отмечает Л.Манович, «осваивают пространство между противопоставлением и полной интеграцией»[262] [вымышленной и объективной реальностей]. Исследователь также подчёркивает причинно-следственную связь многослойной эстетики экранного зрелища с особенностями технического обеспечения его производства, в частности, компьютерных программ для создания спецэффектов и видеомонтажа. Так, создатели компьютерных эффектов сегодня оперируют понятием «слоя», как одним из основополагающих для их работы: «дизайнеры могут точно контролировать прозрачность каждого слоя [визуального изображения в кадре]; они также могут добавлять различные визуальные эффекты

---

[260] Manovich L. Understanding Hybrid Media. URL:http://manovich.net/index.php/projects/understanding-hybrid-media (дата обращения 06.02.2017). Оригинальный текст – «they explore the space in between juxtaposition and complete integration». – *Пер.авт.*

[261] Моушн-графика, моушн-дизайн (англ. motion graphics, motion design) – совокупность визуальных мультимедийных эффектов, созданных, как правило, при помощи компьютерного программного обеспечения. Используется для решения множества креативно-оформительных задач при создании широкого спектра экранных произведений.

[262] Manovich L. Understanding Hybrid Media. URL: http://manovich.net/index.php/projects/understanding-hybrid-media (дата обращения 06.02.2017).

<…> между слоями»[263]. Л.Манович также отмечает практически бесконечную вариативность манипуляций, которые каждый современный художник, режиссёр или медиадизайнер может осуществлять над любым объектом в каждом конкретном кадре.

Возвращаясь к диалектической паре трансинформациональность-трансинформативность, важно отметить, что в то время как первая сообщает современной медиасфере смысловую полисемию, стилистический полифонизм и эстетику «многослойности», последняя олицетворяет собой своеобразный культ «информированности», стремление насытить эстетическую информацию смыслом. В частном проявлении, трансинформациональность может подразумевать усложнение в пользу «внешних эффектов», как например интеграция развлекательных элементов в сугубо информационные сообщения. Трансинформативность же может означать кодирование ёмкого информативного сообщение в изначально развлекательный контент. Один из наиболее наглядных примеров реализации трансинформативности в визуальной культуре – одно из направлений информационного дизайна, известное как «инфографика», то есть образная визуализация сложных концепций и идей для упрощения их восприятия аудиторией.

В контексте текущего исследования трансинформациональность и трансинформативность рассматриваются как две взаимодополняющие характеристики различных форм информационных сообщений, с одной стороны, и как две составляющие единого процесса стремления современной медиасферы к системности и самоструктурированию – за счёт построения взаимосвязей различной степени достоверности. В то время как трансинформациональность понимается как наделение образов информации многоаспектностью, дополнительными, множественными смыслами, трансинформативность подразумевает устойчивую информационную ёмкость исходного образа или сообщения, сохраняющуюся при любых трансформациях. Трансинформациональность выступает в качестве информационного «клея»,

[263] Там же.

отвечая за первичное построение взаимосвязей, в то время как трансинформативность наделяет и сами элементы, и связи между ними определённой устойчивостью и целостностью.

Уместно соотнести рассматриваемые термины с выведенными А.Молем типами информации – эстетической и логической[264]. Эстетизация информации соотносится с трансинформациональностью, в то время как логическое ядро информационного образа или сообщения должно быть трансинформативно. Однако важно подчеркнуть, что обращаясь к типологии А. Моля в рамках данной работы, мы, тем не менее, не приравниваем эстетическую информацию к понятиям эстетической ценности или оригинальности.

Невозможно рассматривать вопросы распространения и трансформации современных «многослойных» форм информационных сообщений, не фокусируясь на роли Интернета, как медиаканала. Важно, что для Интернета в его современном состоянии, как имманентного элемента современной медиакультуры в свою очередь, абсолютно имманентен текст, а также гипертекст.

Связность глобального интернет-дискурса достигается нативным образом за счёт гиперссылок и гипертекста, формирующего ситуацию «тотальной» цитатности Интернета в частности и медиакультуры в целом. Генезис трансинформациональности и трансинформативности в современной медиасфере и экранных искусствах обеспечивает, по выражению Г.Дженкинса, «радикальную» интертекстуальность[265], которая, в свою очередь, обусловлена сложным сочетанием интертекста и гипертекста внутри Интернета, как пространства, во многом определяющего социокультурные, эстетические и информационные векторы современности.

Вновь обращаясь к озвученной уже в данной работе аналогии компьютера и листа бумаги и расширяя эту метафору в текущем контексте, можно привести

---

[264]Сапаров М. Теория информации и эстетика//Вопросы литературы. URL: https://www.proza.ru/2013/02/18/1479 (по изданию – Вопросы литературы//№8, 1967. С. 197-206, дата обращения 06.02.2017); Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. – М.: МИР, 1966. – 352 с.

[265]Jenkins H. Transmedia 202: Further Reflections//Confessions of an Aca-Fan. URL: http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html (дата обращения 06.02.2017).

комментарий автора понятия «гипертекст»[266] Т.Нельсона, согласно которому современный Интернет и программные компьютерные продукты «имитируют бумагу»[267]. Любопытно, что изобретатель технологии гипертекста, которая привнесла в Интернет не только бесконечное «расширение любой темы в киберпространстве», но и эффект так называемого «дрейфа целей» и «незавершаемого гештальта», использовал эту метафору в резко критическом ключе.

Т.Н. Колокольцева в статье «Интертекстуальность и гипертекстуальность в интернет-коммуникации: к вопросу о соотношении категорий» соглашается с Дж.Ландау, который констатировал: «Гипертекстуальность, текстуальность, генерированная через новые компьютерно опосредованные технологии, – есть феномен “фундаментальной интертекстуальности”»[268].

Смешанная интер- и гипертекстуальная природа современной интернет-культуры позволяет создавать и воспринимать «всевозможные вариации комбинаций объективных фактов и субъективных интерпретаций»[269], и на базе этих, постоянно усложняемых, комбинаций и компиляций и формируются впоследствии гибридные художественные тексты. В то время как интертекстуальность интернет-дискурса обеспечивает связь его многочисленных и многообразных элементов за счёт цитат, аллюзий и реминисценций, глобальная гипертекстуальность позволяет его структурировать, выстраивая более чёткие взаимосвязи посредством прямых «ссылок» на источники.

В совокупности интертекст и гипертекст обусловливают нелинейность глобального дискурса: реципиенту, зрителю, читателю, пользователю, не нужно достраивать взаимосвязи самостоятельно – нужно лишь выбрать интересующие его ссылки и «пропутешествовать» по ним, а затем интерпретировать полученную

---

[266] Гипертекст – «текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов» (Словарь литературных терминов. URL: http://slovar.lib.ru/dictionary/gipertext.htm, дата обращения 06.02.2017). В Интернете принцип такой организации текста реализуется за счет связей массивов информации между собой гиперссылками, то есть запрограммированными в тексте прямыми путями на сторонние интернет-страницы, содержащие необходимую информацию.

[267] Hesse-Biber S.N. The Handbook of Emergent Technologies in Social Research. Oxford: Oxford University Press, 2011. – 720 с. С.134.

[268] Колокольцева Т.Н. Интертекстуальность и гипертекстуальность в интернет-коммуникации: к вопросу о соотношении категорий//Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». №1(28). Январь 2014. С. 33.

[269] Augustinaitis A. Infotainment: Cultural Hypertext of Double Virtuality.
URL: http://proceedings.informingscience.org/IS2001Proceedings/pdf/AugustinaitiisEBKCultur.pdf (дата обращения 06.02.2017).

информацию. Очевидно, что такое самоконтролируемое «путешествие» по прямым ссылкам может увести реципиента далеко от стартовой точки. Благодаря гипертексту не только интерпретация, но и само «развитие событий» в Интернете практически всегда вариативно.

Исследователи отмечают многозначность самого понятия «гипертекст», которое все ещё можно рассматривать «в чистом виде», не опираясь на контекст интернет-среды: например, исключительно с философской, культурологической или же сугубо лингвистической точки зрения (с позиции «простейший пример гипертекста – это любой словарь или энциклопедия, где каждая статья имеет отсылки к другим статьям этого же словаря»[270]. Тем не менее, гипертекстуальность современного интернет-пространства – фактор, во многом определяющий его специфику, а информационно-технический и технологический подтекст сегодня практически неразрывно связал понятие гипертекста с Интернетом.

В сущности, гипертекст «вскрывает» феномен породившей его интертекстуальности, раскрывая интертекстуальные связи за счёт связующих гиперссылок. При наличии такой гиперссылки читатель, зритель, пользователь, слушатель в ряде случаев более не вынуждены достраивать связь между элементами дискурса самостоятельно. Даже при отсутствии необходимого культурного опыта, реципиент может «достроить» путь той или иной цитаты, аллюзии или реминисценции. Часть интертекстуальных связей, таким образом, становится открытой; происходит их своеобразная «демократизация». Оборотная сторона этого процесса, которую также отмечают исследователи гипертекстуальности Интернета – усложнение процесса текстового плагиата путём автоматического нахождения эксплицитных межтекстовых связей.

Важно, что процесс выстраивания гипертекстуальных связей не является хаотичным и неуправляемым. Фактически в Интернете «выживают» только гиперссылки, связывающие тематически родственные ресурсы. Для поисковых

[270] Руднев В.П. Словарь культуры XX века. – М.: Аграф, 1997. URL: http://www.philosophy2.ru/edu/ref/rudnev/b069.htm (дата обращения 06.02.2017).

систем, выступающих в роли глобальных фильтров, именно тематическая обусловленность, информативность, релевантность ссылки находятся среди факторов, определяющих её качество и «вес»[271]. «Вес ссылки» в свою очередь влияет на возможность её обнаружения в бескрайнем информационном поле Интернета.

Разумеется, феномен гипертекста в частности не тождественен феномену интертекстуальности интернет-среды в целом. Процессу «вскрытия» структурных взаимосвязей всегда сопутствует процесс построения и нарастающего усложнения новых, что позволяет поддерживать тот самый «самовоспроизводящийся диалог медиа»[272], (точнее – полилог), столь характерный для современного медиапространства.

В рамках данного исследования интересна не столько «тотальная» цитатность интернет-пространства сама по себе, сколько неоднородность цитируемых текстов и неоднородность самого дискурса. Для современной научной традиции возможность анализировать в качестве текста в том числе и экранное зрелище кажется вполне очевидной. В Интернете же наблюдается разнообразие экранных кино- и телетекстов, литературных, рекламных, публицистических. Они не только переплетены между собой множеством цитат, аллюзий, реминисценций, – как выраженных ссылками, так и скрытых; но, что гораздо важнее, представлены в виде текстов, которые характеризуются в различных научных областях как «креолизованные», «семиотически осложненные», «нетрадиционные», «видео-вербальные», «составные», «поликодовые», «лингвовизуальные феномены», «синкретичные сообщения», «изовербальные комплексы», «изовербы», «иконотексты», «мультимедийные тексты». Терминологическое разнообразие отсылает к негомогенной, гибридной структуре рассматриваемого феномена, поэтому в нашей работе бы будем называть такие тексты гибридными или негомогенными.

---

[271] Под качеством внешних ссылок в данном аспекте понимается, прежде всего, схожесть тематики между ресурсом, который ссылается и ресурсом, который получает ссылку. Чем больше это качество или, как ещё говорят, вес ссылки, тем больший индекс цитируемости приобретает ресурс.

[272] Идлис Ю.Б. Введение в теорию экранизации. Программа курса. URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:lPA4rurm_EcJ:www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/programs/ekranizacia_Idlis.doc+&cd=1&hl=ru&ct=clnk (дата обращения 06.02.2017).

В современной интернет-среде сложно представить актуализацию иных текстов кроме гибридных. Интернет-текст может состоять из двух и более негомогенных частей, или сочетать в себе абсолютно весь доступный на сегодняшний день мультимедийный спектр: литературный текст, статичное изображение, кино-, теле-, видеотекст, аудио-материалы и т.д. Невозможность существования в интернет-среде, например, литературного текста «в чистом виде» определяется тем, что читатель с лёгкостью может достроить отсутствующие и вскрыть закодированные взаимосвязи самостоятельно и самостоятельно же дополнить чтение просмотром тематически родственного видео или прослушиванием аудиоматериалов. Восприятие современного интернет-пользователя «требует» гибридных текстов, неслучайно исследователи-лингвисты, изучающие креолизованные тексты вне интернет-среды, экстраполируют невозможность существования «чистых текстов» на современную медиасферу в целом: «понятие слабой креолизации, <…> представляется нам более правомерным и обоснованным нежели понятие нулевой, т.к. в современном мире не приходится говорить о “чистых текстах”»[273].

С нашей точки зрения, научная полемика о приоритетности в гибридном художественном тексте изображения над словом или слова над изображением сегодня должна учитывать мультиплатформенность современной медиасферы. Тот факт, что визуализированная информация чаще всего лучше преодолевает перцептивные барьеры, не подлежит сомнению, однако, опасения, что письменная культура в эпоху цифровых медиа деградирует до уровня синкретичности наскальной живописи, так как текст будет последовательно игнорироваться реципиентом, явно преждевременны. Так, например, в текстах, созданных для чтения на экране планшетного компьютера, у слова нередко есть больше шансов быть прочитанным, нежели в печатном издании: «в журнале обычно рассматривают картинки, но игнорируют текстовое сопровождение. На экране гаджета невольное прикосновение пальцев к картинке активирует

[273] Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения//Политическая лингвистика, 2007. №21. С.77.

информационное мини-поле, а его содержимое уже трудно не прочитать»[274].

Ю. Б. Идлис в своём исследовании, вслед за Дж. Хиллисом Миллером, отмечает, что «в эпоху новых медиа происходит замещение литературы «литературностью», которая характеризуется сочетанием и взаимодействием слова со звуком и изображением»[275]. Несмотря на содержащиеся в этом утверждении явное указание на упрощение, собственно, литературы, как вида искусства, мы склонны фокусировать внимание на сопутствующем процессе – усложнении и трансформации других гибридных текстов, в частности, экранных, по мере инфильтрации отмеченной «литературности» в них.

Интересно, что отечественный киновед О. В. Аронсон отмечает, что кинематограф, в частности, – «совсем не то, что мы можем текстуализировать». Исследователь также подчёркивает: «Кинематограф не родился для одного человека <…> кино начинается тогда, когда мы решаем, с кем бы пойти в кинотеатр на новый фильм. Мы зачастую идём в кино второй раз вместе с кем-то другим, чтобы показать фильм ему и чтобы человек, который сидит рядом, получил удовольствие, и мы бы странным образом от его удовольствия подпитались». В той же лекции О.В. Аронсон подчёркивает: «кино принципиально неверно читать и воспринимать, как текст[276]. В рассматриваемом нами контексте такое утверждение если не выглядит спорным, то свидетельствует о том, что традиционный кинофильм, ассимилируясь в интернет-среде, преобразуется в гибрид: негомогенный кинотекст, поддающийся индивидуальному просмотру-чтению с возможностью остановки и пересматривания, которые логично приравнять к «перечитыванию»; просмотр же кинофильма в кинотеатре логично окончательно приравнять к процессу получения развлекательного опыта.

---

[274] Меншутина А.А. Трансмедиа как предпосылка эволюции журналистских текстов. М.: МГУ, 2014. URL: http://vernsky.ru/pubs/5391/Transmedia_kak_predposylka_evolyutsii_zhurnalistskih_tekstov?view_mode=text. (дата обращения 06.02.2017).

[275] Идлис Ю.Б. Категория автора в тексте сценарной адаптации: на материале сценариев Гарольда Пинтера. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата филологических наук. М., 2006. URL: http://www.dissercat.com/content/kategoriya-avtora-v-tekste-stsenarnoi-adaptatsii-na-materiale-stsenariev-garolda-pintera (дата обращения 06.02.2017).

[276] *Цит.по* Романенко К. «Кино не является искусством»: Олег Аронсон о преимуществе восприятия над пониманием// Теории и практики. URL: http://theoryandpractice.ru/posts/8489-cinema_no_art (дата обращения 06.02.2017).

Необходимость «перечитывания», а также внесения «пометок на полях» (пример таких пометок: комментарии на видеохостинге YouTube), обсуждения и переосмысления в ходе создания следующего негомогенного художественного текста, обусловлено упомянутой выше «цитатностью», при которой фрагменты теле- и кинотекстов свободно интегрируются в тексты литературные и публицистические, а текстовые выдержки в виде титров или озвученных диктором реплик мигрируют в видео- и аудио-материалы, – и все это реализуется как на профессиональном, так и на «любительском» уровне, неизбежно усложняя процесс восприятия негомогенных текстов.

Кроме того, иногда подчёркивается негативное влияние изображений, включённых в тексты-гибриды на воображение реципиента: «реципиент, воспринимающий текст без изображения, приписывает этому тексту такие характеристики, которые он извлекает не только из самого текста, но также из своей концептуальной системы, из своей картины мира. Добавление изображения накладывает ограничения на восприятие текста, <..>, при этом возможности интерпретации текста уменьшаются»[277]. Мы склонны усматривать в доминировании гибридных текстов другой эффект. В современной ситуации, когда практически каждое изображение, статичное или движущееся, каждый текст, музыкальная композиция, практически бессознательно воспринимается, как ремикс (от англ. remix), – то есть компиляция разнородных, с точки зрения выразительных средств, цитат из разных видов медиа в рамках одного гибридного текста, ведёт к повышению у реципиента свободы интерпретаций и ощущению связанности глобального культурного дискурса.

Частным доказательством этой тенденции может послужить любопытный феномен «фанатских теорий заговоров» в современных экранных искусствах. Подобные теории возникают, когда преданные и детально информированные поклонники того или иного экранного произведения, группы произведений, актёра, режиссёра или даже группы жанров связывают разнородные элементы

[277] Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения//Политическая лингвистика, 2007. №21. С.78.

экранного дискурса между собой, обосновывая каждую вновь обозначенную связь наглядным примером, доказывающим её достоверность и право на существование, и, в конце концов, выстраивают чёткую систему взаимосвязей, одновременно фантастическую и правдоподобную, вскрывающую тот или иной «заговор» в экранных искусствах. Примеры таких заговоров: доказательство того, что действие всех кинокартин, в которых играет тот или иной актёр, происходит в общей вымышленной «Вселенной», и «тайные» указания на это содержатся в каждом конкретном фильме. Другой пример – наглядное доказательство того, что ряд культовых телесериалов содержит «подсказки» и «намёки», указывающие друг на друга. В музыкальной индустрии ведутся масштабные дискуссии поклонников и противников тех или иных исполнителей, отыскивающих в музыкальных видеоклипах зашифрованные сообщения, «масонские» символы и «послания иллюминатов». В рамках нашей работы важно подчеркнуть, что возможность нарастания подобных систем недостоверных или почти достоверных информационных и художественных взаимосвязей во многом обеспечил Интернет, дающий возможность «перечитывания» большого количества художественных текстов с богатой многослойной эстетикой и их последующего осмысления и переосмысления, не столь редко приводящего к таким неоднозначным результатам.

Постоянно усугубляющаяся множественность и сложность интерпретаций гибридных текстов в интернет-пространстве неизбежна. Вслед за Р. Бартом исследователи отмечают, что в семантике изображения (с нашей точки зрения – как статичного, так и движущегося), присутствуют денотативные и коннотативные значения, иными словами, прямые, непосредственные и множественно-ассоциативные; «Невербальный знак, по мнению автора, содержит два рода означающих: 1) означающие, означаемыми которых являются реальные предметы, и 2) означающие, означаемыми которых являются идеи, образы и т.д.»[278]. Второй пункт позволяет трактовать видеообразы в современных

[278] Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения//Политическая лингвистика, 2007. №21. – С.76.

гибридных текстах как симулякры, ведь специфика гибридных текстов в Интернете определяется тем, что внедрённые в них статичные и движущиеся изображения нередко представляют собой то, что не существовало и не могло существовать в реальности, и при этом симультанно транслируют авторскую идею, выраженную за счета свободного от стереотипов креативного сопоставления символов и рождения третьего смысла – который, в свою очередь, может быть усложнён при считывании реципиентом и вновь творчески интерпретирован в дальнейшем.

Налицо сложность классификации гибридных текстов с точки зрения роли в них изображения. Не усугубляя чрезвычайное терминологическое разнообразие, подчеркнём лишь, что аудиовизуальный материал, интегрированный в литературный или публицистический текст в Интернете, может дополнять его; акцентировать внимание на какой-либо ключевой идее или же вступать в противоречие, рождая контрапункт и вышеупомянутый третий смысл, который, в свою очередь может формировать интертекстуальную связь с другим негомогенным текстом.

Здесь уместно будет обратиться к опыту автора данного исследования по составлению публицистических гибридных текстов для портала snimifilm.com. Особенности текстов диктовались несколькими факторами. Во-первых, веб-сайт, для которого готовилась публикация, был рассчитан на современных кинематографистов, то есть людей с априори развитым визуально-образным мышлением; однако предполагалось, что большую часть аудитории составляют представители класса современных «кинолюбителей». Кроме того, контент сайта на момент публикации формировался пользователями, наряду с профессиональными журналистами и подвергался лишь «лояльной», «дружественной» модерации. Таким образом, гибридные художественные тексты должны были отвечать демократичной «атмосфере» сайта, быть увлекательными, привлекающими и удерживающими внимание целевой аудитории, и максимально информативными с профессиональной точки зрения.

Вышеперечисленные задачи выполнялись с помощью интеграции в

журналистский текст видеоматериалов, статичных изображений и гиперссылок. Так, в материале «Бойскауты от кинематографа или две тысячи слов о документальном кино»[279] стилизованное изображение «размноженного» американского бойскаута размещено сразу под заголовком, с целью не только привлечь внимание и отослать к биографии знаменитого режиссёра-документалиста М.Мура, но и символично отразить дух современной документалистики, в которой режиссёры часто выступают в роли самоотверженных борцов за справедливость, участников своеобразного «скаутского» движения. «Клонированность» художественного образа бойскаута на изображении подчёркивает чуждость творческому эгоцентризму, свойственную режиссёрам-документалистам. О социальной и политической роли документалистики «напоминает» также чрезвычайно образное и смыслоёмкое фото, позаимствованное из «Новой газеты», на которой изображён участник общественного митинга. На нем надета марлевая повязка с надписью «Верните голос!». Статья также отвечает ожидаемым «нормам» гипертекстуальности ресурса, для которого она подготовлена. Так, имена режиссёров, о которых в материале рассказывается в первую очередь, не называются в прямую, на них даны гиперссылки, ведущие на профильные ресурсы (например, kinopoisk.ru), перейдя по которым можно получить намного больше информации о персоналиях и кинокартинах, чем возможно было бы интегрировать в текст основной статьи. Также присутствуют ссылки на профильные тематические ресурсы, полезные начинающим авторам-документалистам и ссылки на источники иллюстративного материала.

В текст также интегрированы фотоколлажи, состоящие их фотографий режиссёров, о которых идёт речь в статье, и постеров-афиш фильмов, ключевых для их творческого пути. Интересно, что постер к кинофильму нередко рассматривается в лингвистике, как креолизованный текст. Ситуация: «гибридный текст внедрён в гибридный текст, внедрённый в гибридный текст» (и

[279]Глазкова Е. Бойскауты от кинематографа или две тысячи слов о документальном кино//Сними Фильм! URL: http://snimifilm.com/post/boiskauty-ot-kinematografa-ili-dve-tysyachi-slov-o-dokumentalnom-kino (дата обращения 06.02.2017). Статья была опубликована в 2013 году. Описанные в работе изображения могут быть недоступны в 2017 году вследствие изменений, вносимых редакторами интернет-ресурса «Сними фильм!»

так бесконечное множество раз) соотносится с полиэкранностью современных видеоматериалов (экран внедрён в экран, внедрённый в экран – и так бесконечное количество раз) и позволяет говорить о рекурсии, как принципе нелинейного структурирования современного медиапространства.

В завершении статьи размещён ещё один негомогенный экранный текст, который возможно полноценно реализовать на данный момент исключительно в интернет-среде: «плейлист» (от англ. playlist, то есть список воспроизведения) трейлеров к резонансным документальным картинам современности – наглядный пример интертекстуальности, нелинейности и бесконечной гибридизации в одном лице.

Таким образом, постоянно усугубляющаяся множественность и сложность интерпретаций гибридных текстов в интернет-среде неизбежна. Любопытно рассматривать негомогенные тексты с точки зрения семиотики и ориентации их на иконичность, то есть материальное или структурное подобие между означающим и означаемым. Неоднородность таких текстов, составленных их сочетания, например, видео-материалов и литературных или публицистических, приводит к невообразимому прежде смешению вербальных и невербальных знаков, означаемых и означающих, денотативных и коннотативных значений, обращающему любой текст в символичный код с возможностью множества вариативных расшифровок. Этот тезис лучше всего рассмотреть на примере, актуальном для экранных искусств.

М.Б. Ворошилова рассматривает семантику изображения в креолизованном тексте на примере образа голубя: «изображение белого голубя, с одной стороны, означает саму птицы, с другой – традиционный образ мира. <…> информация первого типа (по аналогии со структурой семантики слова) является денотативной, т.е. <…> буквальной, её понимание не представляет для адресата трудности и основывается на неких общих знаниях, информация же второго типа коннотативна, основывается на различных ассоциативных связях, а значит её понимание предполагает наличие у адресата знание определённого культурного кода <…>, следовательно, информация данного типа допускает

многовариативность своего толкования»[280].

Обратимся к двум примерам воплощения художественного образа голубя в экранных искусствах и рассмотрим два анимационных фильма: «Невозможный голубь» (англ. Pigeon: Impossible, США, 2009, реж. Л. Мартелл) и «Вэлиант: Пернатый спецназ» (англ. Valiant, Великобритания-США, 2005, реж. Г. Чэпман).

В первом случае голубь-персонаж, несмотря на общепринятую в зарубежной культуре «мирную» символику, выступает в роли агрессора: нападает на тайного агента, чтобы отобрать его завтрак, запирается в «ядерном чемоданчике» президента США (более современном и дуальном символе войны и мира); в конечном итоге, нажимает «красную кнопку» и в результате этого погибает. В интертекстуальную ткань самого мультфильма через английское заглавие вплетена отсылка к шпионской кинофраншизе «Миссия невыполнима» (Mission: Impossible, США, 1996-2015…, реж. Б. Де Пальма и др.), которая не считывается в русском переводе. Ассоциативные связи с понятиями мира и войны, и даже конкретным историческим периодом «Холодной войны», тем не менее, у русскоязычного зрителя срабатывают безошибочно: нажав «красную кнопку», голубь направляет ракету из Вашингтона в Москву. Для нашего исследования важна не столько интертекстуальность этого экранного текста сама по себе, сколько новые интертекстуальные и гипертекстуальные связи, возникающие после погружения мультфильма в интернет-среду. Так, на отечественном ресурсе kinopoisk.ru «Невозможный голубь» опубликован в сопровождении рецензии «сетевого критика», в которой упоминается другая интертекстуальная структура: «бондиана», то есть трансмедийная франшиза о знаменитом английском шпионе.

Сюжет мультипликационного фильма «Вэлиант: Пернатый спецназ» разворачивается во времена Второй мировой войны. Протагонист – молодой голубь, участник «голубиного» отряда особого назначения, сражающегося на фронте наравне с людьми. Антагонисты представлены в образе ястребов. Для отечественного зрителя восприятие образов может остановиться на первом этапе:

[280] Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения//Политическая лингвистика, 2007. №21. – С.76.

голубь – символ мира, хищный ястреб – агрессии. Однако для зарубежной аудитории, особенно британской, актуален также языковой контекст. В «В США и Великобритании политиков, лоббирующих военные действия, называют ястребами (hawks), а мирных политических деятелей — голубями (doves)». Важно, что заинтересованному отечественному пользователю для достраивания полной картины достаточно обратиться к материалам русскоязычной Википедии, а это стоит совсем небольших усилий.

§1.4. Развитие концепции «инфотейнмента» как модели медиакультуры XXI века

Понятие инфотейнмент[281] (от англ. information – информация и entertainment – развлечение), означает способ подачи материала в развлекательной форме, базирующийся на гедонистической функции медиа и апеллирующей к эмоциям аудитории посредством например, использования эффектов «театрализации», внедрения игровых элементов, ряда визуальных и аудиоэффектов; сенсационности или провокационности информационного сообщения, мультижанровости, полифункциональности или полистилистики; жёстко выстроенной акцентированности и структурированности[282] информации, и множества других, в том числе и художественно-эстетических, приёмов.

Формы актуализации «инфотейнмента» включают в себя: эдьютейнмент (от англ. education – образование и entertainment – и развлечение) – совокупность

[281] «В Оксфордском словаре английского языка термин infotainment определяется как «широковещательный материал, нацеленный и на развлечение, и на информирование» (Vögele M. Infotainment - Characteristics, History, Problems, GRIN Verlag, 2013. – URL: http://www.grin.com/en/e-book/210681/infotainment-characteristics-history-and-problems, дата обращения 06.02.2017). «Заслуга введения этого термина в научный оборот принадлежит Нейлу Постману из Чикагского университета – знаменитому исследователю медиакультуры и яростному критику телевидения. Постман указывает на понятие «инфотейнмент» в своей книге «Позабавимся до смерти» (Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу//RELGA:научно – культурологический журнал. 2007. №4. URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1729&level1=main&level2=articles, дата обращения 06.02.2017).

[282] А.А.Новикова отмечает склонность телевизионного инфотейнмент-контента к «дивертисментной структуре», то есть подразумевающей «столкновение разных жанров и разных точек зрения» (Новикова А. А. Аттракционы на телеэкране//Обсерватория культуры, 2007. № 5. С.35-36.).

креативных методов подачи образовательной информации в развлекательной стилистике; конфронтейнмент[283]; политейнмент (от англ. politics – политика и entertainment – развлечение) – метод выстраивания политической коммуникации в развлекательном ключе с целью максимального привлечения аудитории; технотейнмент (от англ. technology – технология и entertainment – развлечение) – комплекс методов создания развлекательного опыта посредством использования технико-технологических инноваций. А.А.Новикова выделяет также «саенстейнмент» (англ. sciencetainment, от science – наука и entertainment – развлечение)[284].

Эдьютейнмент вследствие развития интернет-технологий представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся форм инфотейнмента. В качестве примера целесообразно остановиться на образовательных каналах на мировых образовательных проектах TED, Google Art Project, Google Cultural Institute, отечественной образовательной онлайн-платформе «Универсариум». Интересным образом эдьютейнмента выступает также проект американского журнала Science «Станцуй свою диссертацию» (Dance Your Ph.D) – ежегодный международный конкурс, проводимый с 2007 года, участникам которого предлагается снять видео, в котором они в форме танца пересказывают содержание своей диссертации.

Ярким примером симбиоза эдьютейнмента и конфротейнмента в отечественной экранной практике может послужить авторская научно-популярная программа «Все как у зверей» натуралиста Евгении Тимоновой и режиссёра Сергея Фененко. Цель программы – в ироничной, доступной и, что немаловажно, крайне провокативной форме рассказать о том, «в кого люди такие» (цитата из официального описания шоу), то есть, иными словами, раскрыть «биологические причины человеческих феноменов»[285].

---

[283] Конфронтейнмент – тип презентации материала в виде спора, прочем важен «игровой, увеселительный, искусственный характер спора <...> В отличие от предметных диалогов, где в центре аргументации часто тоже стоит конфликт, в ток-шоу типа confrontainment «от информации и аргументов отрекаются во имя изобразительных и поляризирующих моментов развлечения». (Поцелуев С.П. Политические ПАРАдиалоги. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008. С.293).

[284] Novikova A. Infotainment on Russian TV as a tool of desacralization of Soviet myths and creation of a myth about the future//IC Revista Científica de Información y Comunicación, 2014. №. 11. URL: https://publications.hse.ru/en/articles/134986215 (дата обращения 01.04.2017).

[285] Красильникова Н. Личный опыт: Как сделать собственное «В мире животных» из подручных материалов. –

Любопытно, что программа производится на средства авторов, публикуются в открытом доступе на видеохостинге YouTube и благодаря профессиональному техническому исполнению, современной стилистике, в частности, ироничному использованию ассоциативного монтажа; нестандартной, порой скандальной, тематике, распространяется в Интернете по законам так называемого «вирусного видео»[286]. Так, серия «Звериный оскал патриотизма» заработала по состоянию на май 2016 года более миллиона просмотров пользователей YouTube, что не вполне типично для проекта с научно-популярным контентом для отечественного телевидения.

С точки зрения художественного кинематографа прямое отношение к инфотейнменту имеют такие жанры, как научная фантастика и фильмы, основанные на реальных событиях, выдержанные в жанре «докудрама», то есть претендующие хотя бы на частичную достоверность отображаемых событий. Документальные научно-популярные сериалы, в которых задействованы элементы кинематографа игрового, такие как проект телеканала Discovery «Сквозь пространство и время с Морганом Фрименом» (Through the Wormhole, США, 2010-2016) с американским актёром М.Фриманом в качестве рассказчика, также могут быть отнесены к примерам инфотейнмента. В отечественной практике примерами отчасти могут послужить резонансные проекты «Среда обитания» (2009-2012, реж. Н.Кузнецова) и «Плесень» (2009, реж. Д.Васильев). Яркие примеры инфотейнмента в анимации – зарубежный мультфильм «Головоломка» (Inside Out, США, реж. П.Доктер, Р. Дель Кармен) и отечественный сериал «Смешарики» (2003-2012, реж. Д.Чернов и др.).

Многообразие форм реализации инфотейнмента при ёмкости его определения позволяет практикам ТВ и СМИ сужать трактование термина, а исследователям экранных искусств и медиатехнологий экстраполировать его характеристики и черты, выведенные и подтверждённые на практике, на более

URL:http://www.the-village.ru/village/people/experience/135707-lichnyy-opyt-kak-sdelat-sobstvennoe-v-mire-zhivotnyh-iz-podruchnyh-materialov (дата обращения 06.02.2017).

[286] «Вирусное видео» – видеоматериалы, распространяемые пользователями Интернета добровольно, вследствие скандального, провокационного или юмористического характера содержания.

абстрактные уровни и рассматривать инфотейнмент как концепцию, описывающую общий подход к взаимодействию с информацией в современном медиапространстве[287]. В данном исследовании целесообразно постепенно двигаться от «узких» трактовок и конкретных примеров к более широким.

В околонаучной и практической среде «инфотейнмент» чаще всего применяется в качестве обозначения ряда информационно-развлекательных жанров в современных СМИ – на ТВ, радио, в печатных изданиях и Интернете. Чрезвычайно распространена трактовка этого понятия как креативного подхода к презентации новостей. В книге Людмилы Васильевой «Делаем новости!» термин инфотейнмент расшифровывается как метод многомерного «разыгрывания новости»[288]. Автор рассматривает инфотейнмент как способ «поиграть с информацией, красиво её упаковать, заставить её заблестеть всеми гранями события»[289]. Это авторское определение отсылает сразу к нескольким ключевым характеристикам инфотейнмента – игровое начало, либо при формировании информационно-развлекательного контента, либо в процессе его восприятия; преобладание формы над содержанием, которое часто наблюдается в практических воплощениях инфотейнмента, а также необходимость конструирования из информации именно события – то есть презентации информационного сообщения, в качестве чего-то значительного как для каждого конкретного реципиента, так и для различных сегментов аудитории.

Далее автор на примере представления резонансной новости в отечественном печатном издании акцентирует внимание на том, что «разыгрывание» новости должно быть «многомерным», то есть представленным разными авторами, каждому из которых свойственен собственный

---

[287] «Термин infotainment употребляется в несколько разных по объему значениях. Одни авторы (прежде всего журналисты) склонны обозначать им только развлекательную манеру (стиль) подачи материала в новостных передачах {в отличие от других телевизионных жанров). Для философов, социологов и политологов характерно использование этого термина в более широком смысле. Они трактуют infotainment как принцип подачи любой информации в СМИ, проходящий через все жанры, стили и каналы, и обнаруживающий в качестве своей отличительной черты стирание граней между информированием и развлечением медийной публики. Другими словами, речь идет об ориентации авторов любых медийных продуктов на зрелищность и развлекательность сообщаемой информации» (Поцелуев С.П. Политические ПАРАдиалоги. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008., с. 240).

[288] «Чем привлекателен «инфотейнмент»? Высоким творческим потенциалом. Невольно напрашиваются параллели: разыгрывание новостей – разыгрывание спектакля. Действительно, у каждого журналиста своя роль и каждый неповторим в ее исполнении: тональности, оттенки, окраска, звучание. А в итоге – новостной спектакль-полоса» (Васильева Л.А. «Делаем новости!». М.: Аспект Пресс, 2002. С.85).

[289] Там же.

«индивидуальный» стиль и своя точка зрения. Данный тезис подтверждает идеи других исследователей инфотейнмента о его плюралистичности и мозаичности, отвечающей современной мозаичной картине мира и концепции доминирующей массовой культуры[290]. Кроме того, автор вычленяет ещё две характерные черты инфотейнмента, которые можно экстраполировать на более широкие уровни презентации информации в современном медийном пространстве: «Именно инфотейнмент даёт возможность играть гранями события, высвечивать тот или иной аспект 8-10 новостными гранями. <…> А уже право читателя – прочитать о событии все или какую-то часть». Таким образом, подчёркивается потенциал манипуляции информацией и вниманием аудитории, с одной стороны, и независимая роль реципиента с другой. При наличии у адресата медийного сообщения выбора, контекстуально связанные между собой сообщения должны быть при этом автономны и целостны сами по себе, в случае если реципиент решит не знакомиться с каким-либо из них.

Важно отметить, что термин «игровое начало», часто используемый исследователями в контексте инфотейнмента, допускает множество различных трактований, поэтому целесообразно привести релевантное в рамках данной работы определение этого понятия. Игровое начало в экранных искусствах рассматривается нами, в первую очередь, как «ответ» авторов экранного зрелища на комплекс развлекательно-информационных потребностей зрителей, потенциальных и фактических, этого зрелища, заключённый в совокупности художественно-эстетических, технологических и маркетинговых приёмов. Мы рассматриваем экранное зрелище, с позиции инфотейнмента, как «игровые» отношения автора и аудитории, в которых автор изначально «конструирует» для себя образ потенциального зрителя, вычленяя его приоритетные признаки и таким

---

[290] «Болгарский профессор Любомир Стойков приходит к выводу, что «инфотейнмент — дитя постмодернизма, чьи черты нашли выражение в различных сферах культуры (Жуков А. С. Тексты в формате инфотейнмента в прессе» // Молодой ученый. 2014. №4. С. 131-133. – URL: http://www.moluch.ru/archive/63/9997/, дата обращения 06.02.2017). «Ориентация на все слои общества (массу и элиту) одновременно, плюралистичность (способность придавать явлениям множество смыслов, т.н. тиражирование версий), интертекстуальность (комбинирование и вторичное использование культурных знаков, известных аудитории), <…> «тайна». Все это активно используется в СМИ, в подтверждение можно вспомнить, что редкий журналистский продукт обходится сегодня без иронии и самоиронии, важных для эстетики постмодернизма и масскультурной практики понятий. <…> ирония и самоирония, интертекстуальность, языковая игра, лежащие в основе эстетики постмодернизма, прочно вошли в журналистскую практику вместе с ценностями масскультуры» (Зорков Н. Инфотейнмент: возникновение, функции, способы воздействия//RELGA: научно-культурологический журнал. 2005. № 19. – URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles).

образом сегментируя аудиторию; а затем формирует правила «игры» и вовлекает в неё определённую ранее группу аудитории. А.А.Новикова соотносит внесение элемента игры в экранный (точнее – телевизионный) нарратив со смешением синтаксиса реальности и вымысла: «В <...> мир телевизионных зрелищ <...> врывается реальность, <...> ее отдельные элементы. Так что размышления о синтезе реальности и игры становятся сегодня особенно актуальными»[291].

Игровое начало можно рассматривать и как стимуляцию аудитории к самостоятельной креативной и эвристической деятельности, – здесь и далее мы обозначим такой подход как «эвристический»; или же как внедрение «технически» игровых элементов в сюжетную составляющую или оформление контента – этот подход в данной работе будет назван «техническим». Данные подходы являются фундаментально различными. К «эвристическому» подходу можно отнести, в частности, апеллирование к интеллекту зрителя – косвенные «намёки» и отсылки к элементам культурного дискурса, связанных с демонстрируемым контекстуально или ассоциативно, но неявно, выявление которых заставляет аудиторию искать и достраивать собственные логические взаимосвязи; или же прямую мотивацию аудитории к «исследовательской» деятельности, достраиванию информационной картины. Возможность подобного дискурса в рамках инфотейнмента обеспечивает интер- и гипертекстуальная природа современной медиасферы.

Любопытно, что Е.М. Драгун в своём исследовании отмечает «наднациональность» инфотейнмента[292]. В рамках нашего исследования выдвигается тезис, согласно которому о наднациональности с позиции инфотейнмента говорить практически невозможно, так как подходы к трактованию и реализации краеугольных для него понятий, в том числе и игрового начала, существенно отличаются. Так, например, в отечественном кино- и телепроцессе чаще используется «технический» подход к игровому началу в экранных произведениях. Акцент последовательно делается на художественно-

[291] Новикова А. А. Аттракционы на телеэкране//Обсерватория культуры, 2007. № 5. – С.31.
[292] Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата культурологии. М., 2015. URL: http://www.ranepa.ru/docs/dissertation/144-text_refer.pdf (дата обращения 06.02.2017).

выразительных средствах информационно-развлекательного контента, а понятие игрового начала чаще рассматривается не как инструмент создания многомерной информационно-развлекательной «головоломки», опирающейся на комплекс эстетических, информационных и культурных взаимосвязей, которые зритель может достраивать, исходя из собственного интеллектуального и творческого потенциала, а как способ удержания зрителя у экрана за счёт фиксации его внимания. Фактически, такой подход можно обозначить как направленный на решение маркетинговых задач. Предварительный процесс сегментации аудитории и учитывание интересов конкретных групп потенциальных зрителей при таком «техническом» подходе к созданию информационного, развлекательного и художественного экранного продукта нередко игнорируется или ведётся «грубо».

Иными словами, элементы игры используются в качестве комплекса декоративно-оформительских приёмов: яркие «заставки», музыкальные «подложки», юмор, акцентирование информации с помощью динамичного монтажа. Очевидно, что это – упрощённая трактовка понятия «игрового начала», рассчитанная привлечь зрителя, а не включить в работу его воображение и интеллект. Используя хрестоматийную метафору М.Макклюэна из его работы «Понимание медиа»[293], можно сказать, что технический подход к инфотейнменту заключается в применении «горячих» медиа-инструментов, которые требуется «остудить», чтобы вовлечь зрителя в самостоятельную творческо-интеллектуальную деятельность.

В своей книге «Политические ПАРАдиалоги» С.П. Поцелуев с этой точки зрения критикует даже «Намедни» – телепрограмму, которая наиболее часто приводится в качестве «родоначальник» инфотейнмента в отечественных исследованиях. «В «Намедни», как и в других отечественных проектах в жанре infotainment, демонстрируется чисто «технологический» профессионализм, который не восполняет недостаточность концептуального, риторического,

[293] Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский.: КАНОН-Пресс-Ц.; Кучково поле, 2003. – С.14-24.

эстетического профессионализма, замещая обдумывание проблем технологическими инновациями»[294].

Очевидно, что под «технологическим» профессионализмом» автор понимает отмеченные другими исследователями отечественного инфотейнмента, Николаем Картозией и Николаем Зорковым, «методы предъявления информации, положенные в основу концепции программы, такие как сокращение времени сюжета, метафорически-образная трактовка событий, «овеществление» новости, повышенный интерес к деталям, нетипичным героям и нетипическим обстоятельствам. В «фирменных блюдах» программы (монти-пайтон, интервью-клип) активно использовались возможности монтажа»[295].

Важно отметить, что «Намедни» все-таки можно рассматривать, как попытку пригласить аудиторию к участию в культурно-игровом интеллектуальном дискурсе, опираясь даже на тот факт, что авторы программы должны были ориентироваться на принцип «корреспондент НТВ не имеет права на прямые оценки»[296], что может подразумевать косвенный призыв к зрителю самостоятельно сложить полную картину события, достроить взаимосвязи и хотя бы сделать вывод из представленной ему мозаичной информации.

В своём исследовании С. П. Поцелуев отмечает: «интеллектуально играющий» зритель – это всего лишь одна из *конструкций* зрителя, причём «страшно далёкая» от реальности отечественного телевидения. <…> Разумеется, сам по себе жанр инфотейнмента не исключает ни интеллектуальной игры, ни творческого мышления; все дело в том, какого зрителя конструируют себе передачи такого жанра»[297].

Нам представляется возможным искать причинность сложившейся ситуации в первую очередь не в потребностях отечественной аудитории и отличных от аудитории зарубежной, механизмах её восприятия – иными словами, не в

---

[294] Поцелуев С.П. Политические ПАРАдиалоги. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008. С.254.
[295] Зорков Н. Инфотейнмент: возникновение, функции, способы воздействия//RELGA: научно-культурологический журнал. 2005. № 19. URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles (дата обращения 06.02.2017).
[296]Картозия Н. Русский infotainment//Broadcasting. Телевидение и радиовещание. №1, 2003. URL: http://broadcasting.ru/articles2/master_class/kartozia_chapt_1 (дата обращения 06.02.2017).
[297] Поцелуев С.П. Политические ПАРАдиалоги. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008. – С.247, 248

«далёкости» конструиромого интеллектуального и «играющего» зрителя от отечественной реальности, а в том, что авторы информационного, художественного и развлекательного контента не пытаются создать подобную конструкцию и «напитать» её подходящим продуктом.

Подобное игнорирование важных аспектов инфотейнмента нежелательно в том числе и потому, что ряд современных исследователей медиакультуры трактуют инфотейнмент существенно шире, нежели совокупность жанров, методов и подходов к презентации информации в СМИ. Арунас Аугустинайтис называет его «культурным гипертекстом двойной виртуальности»[298], фактически, обозначая инфотейнмент не как жанр, группу жанров или даже явление, а как модель современной культуры, базирующуюся на управленческом методе и экономическом обращении. Это определение значимо в рамках текущего исследования, так как позволяет утверждать, что в современном медийном пространстве области эстетики и искусства тесно переплетены с элементами маркетинга, менеджмента, экономики и других, изначально сугубо практических, сфер.

«Двойная виртуальность», по Аугустинайтису, это не что иное, как результат отображения объективной реальности в медиапространстве. Этот аспект заставляет нас в поисках «живых» примеров для анализа обратиться в документалистику, как область экранных искусств, с одной стороны, ориентированную на аудиовизуальную фиксацию факта, то есть вечный поиск неуловимой объективной реальности; а с другой, – крайне гибкую и восприимчивую к переменам медиапространства. Сегодня под влиянием виртуального пространства Интернета в документалистике формируется поколение новых жанров, более напоминающих живые растущие организмы, нежели фиксированные экранные произведения, и модель инфотейнмента в линейке этих жанров играет важную роль, влияя на процесс формообразования и смыслопорождения внутри открытых художественных систем современных

[298] Augustinaitis A. Infotainment: Cultural Hypertext of Double Virtuality. URL: http://proceedings.informingscience.org/IS2001Proceedings/pdf/AugustinaitiisEBKCultur.pdf (дата обращения 06.02.2017).

экранных произведений.

Примером может послужить экспериментальный документальный (авторы добавляют также эпитет «*антропологический*»[299] проект журналиста А.Пивоварова, режиссера-документалиста А.Расторгуева и кинооператора-документалиста П. Костомарова – «РЕАЛЬНОСТЬ». В 2013 году проект задумывался как документальный сериал, который снимут о своей жизни сами герои, разные «по всем параметрам – возрасту, профессии, жизненному укладу и социальному статусу. Им вручат видеокамеры и попросят круглосуточно фиксировать все, что с ними происходит дома, на работе, на улице»[300]. В качестве основных критериев отбора кандидатов обозначались «пассионарность и открытость»[301]. Монтировать и «оформлять» отснятый материал, тем не менее, должны были профессиональные документалисты – и во многом сегодня именно так и происходит, несмотря на то, что реализованный проект несколько отличается от первоначального замысла.

Анализ «информационного шума» вокруг «Реальности» на ранних этапах разработки проекта позволял предположить, что финальная версия монтажа будет представлять собой масштабную вариацию резонансных картин тех же авторов: «Я тебя люблю» (2011, реж. П.Костомаров, А.Расторгуев) и «Я тебя не люблю» (2012, реж. П.Костомаров, А.Расторгуев), «герои которых на протяжении нескольких месяцев снимали свою повседневную жизнь на небольшую камеру. Собранный материал затем смонтировали, и получилось кино, жанр которого непросто определить: это любительская видеосъёмка, но выстроенная так, что в жизни главных героев проявились сюжеты, даже драмы — с завязками, кульминациями и развязками»[302].

Однако по состоянию на 2016 год у «Реальности» нет и не планируется финальной версии и финала, как такового. Официальный канал проекта на

---

[299] Крижевский А. Не стоит думать, что нам нет житья в кино//Газета.ru. URL: http://www.gazeta.ru/culture/2013/01/15/a_4927609.shtml (дата обращения 06.02.2017).

[300] Кононенко А. «Реальность.doc». Большой город. URL: http://bg.ru/entertainment/realnost_doc-16394/ (дата обращения 07.02.2017).

[301] Там же.

[302] Котляров А. В Москве стартовал кинодокументальный антропологический проект//Ведомости. URL:https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2013/01/25/v_moskve_startoval_kinodokumentalnyj_antropologicheskij (дата обращения 07.02.2017).

видеохостинге YouTube насчитывает более пятисот роликов-эпизодов, хронометражем в среднем от одной до семи минут. Изначально создателями был запланирован показ сериала на одном из телевизионных каналов, равно как и демонстрация жизни героев проекта круглосуточно в Интернете, однако эти намерения авторов впоследствии не были реализованы. За три года существования из документального сериала «Реальность.doc» проект эволюционировал в «активное комьюнити (сообщество – Е.Г.), обменивающееся документальным видео»[303] «РЕАЛЬНОСТЬ.com». Рубрика «герой РЕАЛЬНОСТИ», в которой на ранних этапах развития проекта публиковались вольные видеоочерки участников, призванные отразить их жизнь через призму их же собственного взгляда, дополнилась, среди прочих, рубрикой «РЕАЛЬНОСТЬ.Новости». Последняя особенно интересна для анализа, так как в ней демонстрировать свой взгляд на резонансные события из всех областей современной российской жизни: от общественно-политической до культурной и научной, могут не только постоянные герои проекта, но и все заинтересованные пользователи, приславшие авторам интересный сюжет.

Здесь можно наблюдать любопытное столкновение экранно-повествовательных стилей. Мы склонны использовать аналогию одной из участниц проекта, выпускницы мастерской М.Разбежкиной и М.Угарова, Зоси Родкевич, которая, сопоставляя собственную манеру съёмки и режиссёрский почерк кураторов проекта А.Расторгуева и П.Костомарова, говорит о «холодной камере»[304]. В «Реальности» «холодная», отстранённая, камера в тех роликах, где снимающий подчёркнуто предпочитает остаться за кадром, сталкивается с очень «горячей» эстетикой эпизодов, в которых, вне зависимости от темы видеоочерка, главное действующее лицо – сам герой: настолько активно он вступает во взаимодействие с камерой, действительностью и потенциальным зрителем. Такая стилистика, несомненно, ближе к феномену, обозначенными кураторами проекта, как «самоснимание» и формату видеоблога. Она более эмоционализирована и

[303]Информация с официального веб-сайта документального проекта «РЕАЛЬНОСТЬ.com». URL: http://ru.realnost.com/about/ (дата обращения 08.05.2016).
[304] Газета.ru. URL: http://www.gazeta.ru/culture/2015/12/11/a_7954331.shtml (дата обращения 31.03.2017).

представляет собой своего рода автопортрет на фоне эпохи. Представленные же в сериале «холодные» портреты современников, например, снятые молчаливым невидимым оператором «монологи» на свободную тему, пойманные в повседневных, неподготовленных обстоятельствах – не просто лишены эмоций человека «из-за камеры», но нередко и безжалостны к человеку перед ней. Их можно охарактеризовать уже как саму эпоху в форме единичного портрета – мозаичную, конфликтующую, нелогичную и непостижимую в своём разнообразии.

В этом сопоставлении стилей и отношений к фиксации повседневности – суть «Реальности», как проекта, представляющего собой и «перепись населения с помощью кинематографа, который становится инструментом самоисследования» и «глобальный психоаналитический сеанс всей нации»[305]. Примером «горячего» и «холодного» портрета современника в рамках документального сериала «Реальность» могут послужить видеоочерки, опубликованные на видеохостинге YouTube: «Хипстерам нужна уборщица Надя» и «Они монголы, а мы славяне»[306] соответственно.

Многие видеоочерки, опубликованные в рамках проекта, заключены в общественно-политический контекст, в том числе и потому, что эта сфера подразумевает множество драматических и событийных импульсов для их производства. Абстрагируясь от политической составляющей в пользу художественно-эстетической, необходимо отметить впечатляющий эффект «погружения» в то или иное политическое событие, свойственный рассматриваемому формату: герой «Реальности» в прямом смысле слова «ныряет» в массовое скопление политических противников или соратников и выхватывает их лица и голоса так, что у зрителя парадоксальным образом появляется возможность их и рассмотреть, и расслышать, считывая невообразимую неоднозначность любого политического столкновения в современной России.

---

[305] Петров С. Кинoперепись населения. Ведомости. URL: http://info.vedomosti.ru/friday/article/2013/01/25/25581 (дата обращения 07.02.2017).

[306] Проект РЕАЛЬНОСТЬ. URL: https://www.youtube.com/watch?v=TK6VOPuzqCQ; https://www.youtube.com/watch?v=BAD8upGyMn8 (дата обращения 07.02.2017).

Такой эффект воздействия можно сравнить, пожалуй, только с интерактивными фильмами и видео, которые производит американская компания Within[307], определяющая свою миссию так: «рассказывать необыкновенные истории в виртуальной реальности»[308]. В таком кино зритель может оглянуться и увидеть то, что находится у него справа, слева, за спиной: фактически развернуться на триста шестьдесят градусов. Для этого не требуется специального оборудования, – только компьютер и бесплатная программа-приложение для желающих смотреть фильм на мобильном устройстве. Одно из таких интерактивных видео, посвящённое проведённому в декабре 2014 года «маршу миллионов» в Нью-Йорке, во многом аналогично видеоочеркам со схожей тематикой, опубликованных в проекте «Реальность», авторам которых, впрочем, не пришлось прибегать к особенным техническим ухищрениям, за исключением монтажа.

Обращаясь к «сплетению» экранного повествования и самых современных технологий, необходимо подробнее рассмотреть одну из упомянутых выше форм актуализации инфотейнмента: технотейнмент (от англ. technology – технология и entertainment – развлечение). Мы склонны рассматривать технотейнмент как одну из ключевых характеристик современных экранных искусств, во-первых, вследствие их «врождённой» техноёмкости, а во-вторых в силу актуальности «технологического вопроса» для совокупности культурных и социальных реалий современности, которые экранные искусства призваны отражать.

Наглядным примером развития технотейнмента в экранных искусствах может послужить использование технологий создания виртуальной и дополненной реальности: музыкальный видеоклип исландской исполнительницы Бьорк «Stonemilker» (2015, реж. А.Т. Хянг), короткометражный анимационный фильм «Специальная посылка» (Special Delivery, США, 2015, реж. Т.Раффл); вызвавшая широкий медийный резонанс игра Pokémon Go (США, 2016, разработчик Niantic, Inc).

---

[307] Официальный сайт компании Within. URL: http://with.in/ (дата обращения 07.02.2017).
[308] Там же.

Мы склонны усматривать черты технотеймента не только в прямой интеграции элементов технической и технологической сферы в развлекательный, образовательный, коммуникационный и информационный процессы, но и во вплетении образов самых современных технологий в ткань художественного повествования в сочетании с попыткой художественного анализа повсеместной интеграции технологий в повседневность. С этой точки зрения интересны западные сериалы «Хорошая жена» (The Good Wife, США, 2009-2016, продюсеры М.Кинг, Р.Кинг), британский сериал «Чёрное зеркало» (Black Mirror, Великобритания, 2011-настоящее время, продюсер Ч.Брукер), и кино-эксперименты отечественных кинокомпаний: «Убрать из друзей» (Unfriended, 2015, США-Россия, реж. Л. Габриадзе), «Хардкор» (Hardcore Henry, Россия-США, 2015, реж. И.Найшуллер), «Самый лучший день» (2015, реж. Ж.Крыжовников), «Горько!» (2013, реж. Ж.Крыжовников).

Проблематика технотейнмента отражена в самом термине – если в случае с «инфотейнментом» звукозрительный образ должен информировать, развлекая, или развлекать, информируя, то в слове «технотейнмент» ссылка на информацию отсутствует вовсе. Значит ли это, что единственное, что требуется от экранного произведения – быть актуальным и экспериментальным в технико-технологическом плане и развлекать, за счёт использования новейших аудиовизуальных технологий? В поисках ответа целесообразно обратиться к примерам из отечественной экранной практики и сопоставить два проекта: безусловно, рассчитанный на информирование интерактивный документальный фильм «Норильск. От первого лица» (2015, реж. А.Расторгуев) и первое онлайн-реалити шоу в формате *screen share* (досл. перевод с англ. – «делиться экраном») – «На экране», направленное, в первую очередь, на развлечение аудитории.

«Норильск. От первого лица» – ещё один масштабный проект от создателей рассмотренной нами выше «Реальности». Идея отразить образ города в интерактивном документальном проекте отсылает не только к другим образцам жанра, но и к созданной ещё в 1978 году предтече интерактивной документалистики «Кинокарта Аспена» (Aspen Movie Map, США, реж. П.Клэй и

др.), которая «позволяла [виртуально] путешествовать на машине по дорогам маленького городка штата Колорадо, исследовать его, взаимодействовать с разнообразным мультимедийным контентом»[309]. Авторы характеризуют «Норильск. От первого лица» как проект, «беспрецедентный по сложности идеи и исполнения <...> Часть сайта, рассказывающая историю Норильска, – это анимация с врезками документальных фильмов <…> Вторая часть проекта, о современной жизни города от лица его жителей <...> состоит из более чем двухсот роликов, которые рассказывают про город и горожан. Ролики делятся на проезды от точки к точке, видео про жителей города, снятое от первого лица, и фиксацию технологических процессов. Все локации представляют собой интерактивные 360-ти градусные видеопанорамы, которыми можно управлять с помощью кнопок. Фактически это документальный фильм, следующий сюжетный поворот которого ты выбираешь сам»[310]. «Норильск...» – свежий для отечественного зрителя опыт абсолютно интерактивного экранного зрелища, вовлекающего в нелинейное повествование, богатое на яркие звукозрительные образы и шаг за шагом выстраивающее образ главного героя – самого северного города в мире.

Тем не менее, следует отметить, во-первых, важность бесперебойной работы технического обеспечения проекта: в частности, для корректной загрузки всех элементов экранного повествования необходимо наличие высокоскоростного Интернета, который, несмотря на кажущуюся повсеместность, доступен не всем сегментам отечественной аудитории. Во-вторых, приходится признать, что «привычка» к формату интерактивной документалистики у российского зрителя ещё не выработана, и для того чтобы проложить, по выражению Н.И.Дворко «свой собственный маршрут через интерактивное мультимедийное пространство и <…> пройти его в удобном для себя темпе, исследуя, открывая детали,

---

[309] Дворко Н.И. Современный интерактивный документальный фильм: мировой опыт в области теории и практики. Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. Научный сборник под редакцией С.Л. Уразовой. Серия «Пространство медиа-коммуникации». – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. С.118.

[310] Информация с официального канала проекта «РЕАЛЬНОСТЬ.com» на видеохостинге YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=8Lx1bKYEf2w (дата обращения 07.02.2017).

например, «встречая» героев и слушая истории, которые они рассказывают»[311] определённому сегменту аудитории просто не хватит терпения или навыков владения компьютером.

На фоне такой масштабной интерактивной идеи «На экране» могло бы показаться стандартным реалити-шоу, однако, его описание вновь отсылает к антропологическому эксперименту: в течение двух месяцев восемь участников провели «в одиночестве в изолированных помещениях, поддерживая связь с внешним миром исключительно через Интернет» и зарабатывали «на еду и вещи первой необходимости, не выходя из комнат»[312].

Подлинная инновационность шоу заключается в том, что задания для героев формулировали пользователи популярной социальной сети ВКонтакте, на платформе которой велась демонстрация шоу (параллельно с сайтом naekrane.tv и видеохостингом Rutube; как в реальном времени, так и в записи); а также в формате screen share, означающий, что зрители шоу могли видеть не только участников и комнаты, в которых они находились, но и абсолютно все, что происходило на мониторах их компьютеров: разговоры, переписку, используемое программное обеспечение и процесс его использования и т.д., таким образом, как будто экран компьютера каждого героя стал прозрачным изнутри, так что все совершаемые на нем действия смогли мгновенно сообщаться широкой аудитории.

Помимо очевидной развлекательной функции онлайн-шоу «На экране» преследовало цель выяснить возможен ли отказ от жизни реальной в пользу виртуального существования. Тем не менее, парадоксальным образом, «На экране» остаётся одним из самых реалистичных шоу из рассмотренных в данной работе. Его герои максимально вовлечены во взаимодействие друг с другом и зрителями, их поведение в виртуальном пространстве, транслирующееся в режиме реального времени или же творчески обработанное и драматически выстроенное режиссёром монтажа в итоговых недельных выпусках, вписано в

---

[311] Дворко Н.И. Современный интерактивный документальный фильм: мировой опыт в области теории и практики. Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. Научный сборник под редакцией С.Л. Уразовой. Серия «Пространство медиа-коммуникации». – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. С.121.

[312] Горличенко М. Стартует реалити-шоу Тимура Бекмамбетова «На экране» URL: http://tvkinoradio.ru/article/article6444-startuet-realiti-shou-timura-bekmambetova-na-ekrane (дата обращения 07.02.2017).

современную культуру повседневности и подобно поведению миллиардов пользователей сети Интернет.

Здесь уместно вспомнить цитату А.Гифреу, приведенную Н.И.Дворко в статье «Современный интерактивный документальный фильм: мировой опыт в области теории и практики»: «новая логика документального изображения <…> больше связана с тем, каким образом мы ориентируемся и взаимодействуем с контентом и другими пользователями, чем то, как реальный объект изображён документалистом»[313]. Шоу «На экране» на живом примере демонстрирует, насколько виртуальность вплелась в ткань нашей жизни, и какую роль сыграла в этом культура персонализированного экрана, который создатели шоу сделали «стеклянным». Интересно, что демонстрация действий героев, совершаемых ими в рамках их личных мониторов воспринимается как нечто более «интимное», чем показ их в нижнем белье во время выполнения одного из заданий. Формат шоу предполагает определённую двойственность зрителя, который как будто одновременно сидит напротив героя, взаимодействуя с ним и оценивая реакции на его лице, и стоит за его спиной, подглядывая, сопоставляя внешние проявления эмоций с тем, что происходит в компьютере участника.

Рассмотренные примеры раскрывают суть инфотейнмента как «культурного гипертекста двойной виртуальности», используя технологический инструментарий и художественно-выразительных средства которой, авторы передают аудитории уникальное ощущение «двойной» или даже тройной, – множественной, многослойной реальности.

В контексте данной работы позиционирование инфотейнмента как доминирующей модели современной культуры, или, переходя от общего к частному, медиакультуры, кажется вполне правомерным (автор тезиса последовательно уравнивает понятия современной культуры, медиакультуры и объективной реальности между собой[314], однако данный неоднозначный вопрос

---

[313] Дворко Н.И. Современный интерактивный документальный фильм: мировой опыт в области теории и практики. Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. Научный сборник под редакцией С.Л. Уразовой. Серия «Пространство медиа-коммуникации». – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. С.124.

[314] Augistinaitis A. Infotainment: Cultural Hypertext of Double Virtuality//Challenges to Informing Clients: A Transdisciplinary Approach (Informing Science). – Krakow. 2001. – С.65-71.

выходит за рамки текущего исследования).

Важно, что и исследователи, и практики инфотейнмента нередко полемизируют о том, как именно доминирование этой совокупности подходов к взаимодействию с образами информации влияет на социокультурные реалии и восприятие аудитории. Ниже приведены две полярные оценки инфотейнмента и перечень основных аргументов к ним.

Негативная оценка. Инфотейнмент, как общее явление, прямо пропорционален таким явлениям, как таблоидизация и бульваризация в печатных изданиях – то есть фактически снижению качества контента в пользу сенсационности и привлечения внимания аудитории любой ценой. Таким образом, он «нивелирует индивидуальность» и «способность мыслить независимо», «ведёт к упадку образованности и осведомлённости зрителей, слушателей, читателей»[315]. В негативном аспекте нередко подчёркивается и контекстуальная привязка инфотейнмента к массовой культуре[316] и, как следствие, постоянное упрощение транслируемых сообщений и идей, снижение качества информационного продукта.

Устойчивые взаимосвязи инфотейнмента с эстетикой и философией постмодернизма могут анализироваться как с негативной, так и позитивной сторон. В то время как критики ставят под сомнение достоверность информации[317], фрагментированной и заключённой в развлекательную и ироничную «постмодернистскую» оболочку, сторонники инфотейнмента говорят о возможности конструирования с его помощью новой реальности: «постмодернистская ситуация в медиатексте означает смешение документального и художественного дискурса: реальное подвергается различным трансформациям, включается в условный контекст, который, в сущности, интереснее самой

URL: http://proceedings.informingscience.org/IS2001Proceedings/pdf/AugustinaitiisEBKCultur.pdf

[315] Ерёмина Д.А. Интерпретация термина «инфотейнмент» в немецких и российских исследованиях масс-медиа// Электронный Журнал «Медиаскоп». 2013. №4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1429 (дата обращения 07.02.2017).

[316] Зорков Н. Инфотейнмент: возникновение, функции, способы воздействия // RELGA: научно-культурологический журнал. 2005. № 19. – URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles (дата обращения 07.02.2017).

[317] «Аналогично любому явлению, инфотейнменту присущи определѐнные преимущества и недостатки, где главным плюсом является способность удерживать аудиторию, а теневой стороной – временами недопустимая корректировка исходной информации» (Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата культурологии. М., 2015. URL: http://www.ranepa.ru/docs/dissertation/144-text_refer.pdf, дата обращения 07.02.2017).

информации. Одна из особенностей постмодернистского медиатекста – то, что он не столько отражает действительность, сколько её моделирует – в полном смысле слова создаёт новую реальность, причём без угрозы санкции»[318].

Позитивная оценка. В научных исследованиях, посвященных инфотейнменту и предпосылкам его возникновения в современном виде, нередко делается акцент на перенасыщенности современного общества информацией и возникающую вследствие этого тревожность аудитории и ее нежелание воспринимать новую информацию[319]. Информативность, таким образом, действительно подчиняется развлекательности, а чувственные переживания и эстетические эмоции занимают более важную позицию по сравнению с информационной новизной, а иногда и достоверностью – но происходит это как естественная реакция производителей информационного контента на запросы аудитории[320], и даже само возникновение этого явления было обусловлено изменившимися потребностями американских зрителей в восьмидесятых годах прошлого столетия[321]. Исследователи инфотейнмента отмечают, что в условиях информационного общества для аудитории характерны проявления эскапизма, избыточной специализации, реверсионизма, «сверхупростительства» сложной информации, «футурошок» (шок будущего), то есть состояние, характеризующееся «внезапной, ошеломляющей утратой чувства реальности, умения ориентироваться в жизни, вызванной страхом перед близким

---

[318] Жуков А. С. Тексты в формате инфотейнмента в прессе»//Молодой ученый. 2014. №4. С. 131-133. URL: http://www.moluch.ru/archive/63/9997/ (дата обращения 07.02.2017).

[319] «В условиях усталости человека под напором информации особое значение для журналистики приобретают новые методы предъявления информации, позволяющие преодолеть состояние тревожности зрителя перед новыми сведениями» (Зорков Н. Инфотейнмент: возникновение, функции, способы воздействия//RELGA: научно-культурологический журнал. 2005. № 19. – URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles (дата обращения 07.02.2017); «Журналистский инфотейнмент оказывается <…> неким медийным коллективным психоаналитиком, спасающим общество от массового безумия. Он призван не только «преодолеть состояние тревожности человека перед новой информацией», но и «реализовать традиционную для журналистики просветительскую функцию» (Поцелуев С.П. Политические ПАРАдиалоги. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008. – С.250).

[320] «Инфотейнмент − это, в первую очередь, форма, в которую облекается информация, чтобы облегчить ее понимание для максимально большого количества адресатов, как того требует развитие СМИ» (Ерёмина Д.А. Интерпретация термина «инфотейнмент» в немецких и российских исследованиях масс-медиа//Электронный Журнал «Медиаскоп». 2013. №4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1429 (дата обращения 07.02.2017).

[321] «Инфотейнмент возник не из-за прихоти продюсеров американских телекомпаний, а под влиянием изменения интересов аудитории. С.А. Михайлов отмечает: американское «общество устало от серьезных материалов. Социологические исследования 1970 годов показали, что «жесткая» новость уже не интересует читателей» (Зорков Н. Инфотейнмент: возникновение, функции, способы воздействия//RELGA: научно-культурологический журнал. 2005. № 19. – URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles (дата обращения 07.02.2017).

грядущим»[322]. Инфотейнмент отвечает на подобные реакции: «персонализацией, интимизацией, эмоциональностью и сенсационализмом»[323], таким образом, помогая аудитории декодировать и воспринимать сложные информационные сообщения и образы в их непрерывном лавинообразном потоке.

В качестве отдельного позитивного пункта сторонники инфотейнмента также отмечают «игровое начало». «Инфотейнмент базируется на традициях интеллектуальной «игры», когда с помощью специальных приёмов зритель незаметно втягивается в эвристический процесс»[324]. Намеренная фрагментация информации, таким образом, стимулирует аудиторию к самостоятельному креативному достраиванию полной картины, и именно этот процесс ряд исследователей интерпретирует, как прямое апеллирование к потребности человеческой психики в игровом начале: «инфотейнмент, опираясь на игру, обращается к глубинным свойствам человеческой психики»[325]. В этом случае «игра» подразумевает также и оформление экранного произведения: «цвета, цифры, графики, геометрия, структура информации, шрифты, символы, идиомы, множество мультимедийных эффектов формируют крайне сложный комплекс, который вовлекает в эмоциональные отношения с сетевой культурной продукцией и услугой. В известной степени, это – аналог личного взаимодействия»[326].

Таким образом, реализуя модель инфотейнмента, реципиенты из разных сегментов аудитории вступают в личное, эмоционально окрашенное взаимодействие с многослойными формами информационного сообщения, и сами производят подобные сложные образы, обращаясь в отправителей информационных сообщений. Последнее позволяет говорить о демократизации доступа к информационным потокам на всех уровнях производства и обмена

---

[322] Там же.
[323] Поцелуев С.П. Политические ПАРАдиалоги. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008. С.262
[324] Зорков Н. Инфотейнмент: возникновение, функции, способы воздействия//RELGA: научно-культурологический журнал. 2005. № 19. URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles (дата обращения 07.02.2017).
[325] Там же.
[326] Augistinaitis A. Infotainment: Cultural Hypertext of Double Virtuality//Challenges to Informing Clients: A Transdisciplinary Approach (Informing Science). – Krakow. 2001. – С.68.
URL: http://proceedings.informingscience.org/IS2001Proceedings/pdf/AugustinaitiisEBKCultur.pdf

информационными образами.

Демократизация процессов получения, декодирования, кодирования и отправления сообщений, в которые вовлечены и профессиональные авторы информационно-развлекательного контента, и аудитория, и которые могут разворачиваться синхронно, впоследствии ведут к формированию двух наднациональных и кросскультурных тенденций инфотейнмента как модели современной медиакультуры: «эмоционализации» – (дословный перевод от англ. emotionalisation) и персонализации (дословный перевод от англ. personalisation) информации[327].

«Эмоционализация» и «персонализация» наблюдаются на всех уровнях взаимодействия с информацией: формирования, презентации, восприятия, интерпретации и обратной связи. Так, в репортажах и новостных программах возрастает роль не только «ярких деталей происходящего, иногда не имеющих особого значения для раскрытия темы, но обогащающих сюжеты образно и эмоционально», «драматизации репортажей»[328], но и непосредственно журналиста, презентующего материал или героя репортажа, как живых, эмоционально реагирующих людей с собственной «историей». Неслучайно, характеризуя одну из отечественных телепрограмм, относящуюся к инфотейнмент-контенту, А.А.Новикова отмечает: «авторы руководствуются <...> коммерческой задачей, которая может быть кратко сформулирована следующим образом: «больше эмоций – выше рейтинг»[329].

Наднациональность «персонализации» и «эмоционализации» можно подчеркнуть выводами из исследования, посвященного тенденциям инфотейнмента на испанском телевидении: «Персонализация новостей – одна из главных актуальных тенденций в современных испанских информационных программах. Это – очевидная попытка сократить разрыв между освещаемым

---

[327] «Если говорить о характеристиках инфотейнмента, доминируют два главных аспекта: Персонализация и Эмоционализация. <…> Инфотейнмент оказал влияние и на популярность тем. «Человеческие» темы кажутся более интересными, нежели политика, экономика и общество» (Vögele M. Infotainment - Characteristics, History, Problems, GRIN Verlag, 2013. – URL: http://www.grin.com/en/e-book/210681/infotainment-characteristics-history-and-problems, дата обращения 07.02.2017).

[328] Зорков Н. Инфотейнмент: возникновение, функции, способы воздействия//RELGA: научно-культурологический журнал. 2005. № 19. – URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles (дата обращения 07.02.2017).

[329] Новикова А. А. Аттракционы на телеэкране//Обсерватория культуры, 2007. № 5. С.33.

событием и аудиторией[330]. Вне зависимости от жанра или формата информационно-развлекательного контента, в качестве условия его успешности у аудитории часто рассматривается наличие популярной личности, протагониста, со своей собственной «историей»[331], а выступления в телеэфире понимаются как «разновидность перформанса» конкретного харизматичного ведущего[332].

Важно, что процесс персонализации также является двусторонним: персонализируется не только информационно-развлекательный контент, но и аудитория, его воспринимающая, однако пути персонализации аудитории дифференцируются, в зависимости от целей того, кто именно формирует тот или иной её образ: представители аудитории или создатели информационно-развлекательного продукта; а также от медиаканала, по которому образы распространяются, и медиаплатформы или медианосителя, который они впоследствии достигают. Так, в интернет-пространстве аудитория активно персонализирует себя самостоятельно. Неслучайно образ пользователя социальной сети или видеоблоггера (автора виртуального видеодневника) можно ёмко охарактеризовать как «отредактированную жизнь»[333]. Интернет-тексты не просто направлены на аудиторию, нередко они построены таким образом, чтобы пользователь чувствовал себя протагонистом, «звездой абсолютно любой истории, которая рассказывается»[334].

Для телевидения характерен персонализированный образ «типичного горожанина». В том же исследовании подчёркивается: «Под маркой так называемой «демократизации», <…> теленовости предоставляют большое

---

[330] Monclús B., Vicente-Mariño M. The influence of Infotainment in the Role of TV Newscasts' Main Characters. URL: http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/340 (дата обращения 07.02.2017).

[331] «При поиске признаков инфотейнмента, следует принимать в расчет популярность героя» (Monclús B., Vicente-Mariño M. The influence of Infotainment in the Role of TV Newscasts' Main Characters. URL: http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/340, дата обращения 07.02.2017) <...> «самое существенное отличие политического журналиста от журналиста бульварного заключается в следующем: первый передает сообщение, как оно есть; второй же всегда пытается найти за ним историю» (Поцелуев С.П. Политические ПАРАдиалоги. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008. – С.241]. «Продюсеры в США убеждают своих журналистов, что важно как, а не что рассказывается с экранов. Редакторы часто задают вопрос: «Какую предлагаешь историю?», а не – «Какую предлагаешь информацию?» В этом смысле инфотейнмент воспринимается как медийный драматургический жанр, в центре которого человеческая история» (Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу//RELGA: научно-культурологический журнал, 2007. №4. URL:http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1729&level1=main&level2=articles, дата обращения 07.02.2017).

[332] Поцелуев С.П. Политические ПАРАдиалоги. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008. С.246.

[333] Глухов П. Что происходит с людьми, когда они на неделю отказываются от Facebook. URL: http://lifehacker.ru/2015/12/01/no-facebook/ (дата обращения 07.02.2017).

[334] Mailheau R. 8 Copywriters Share 8 Secrets to Creating Content Like a Pro. URL: http://www.socialmediatoday.com/marketing/8-copywriters-share-8-secrets-creating-content-pro (дата обращения 07.02.2017).

пространство неизвестным гражданам. <…> логическое обоснование именно такого подхода опирается на идею, согласно которой человеческий интерес и персонализация – хороший способ сохранить внимание аудитории. <…> Любой среднестатистический горожанин сегодня – потенциальный главный герой новостийной истории, хотя такие кадры и не контролируются так строго, как те, героями которых выступают знаменитые люди»[335].

Ярким примером отечественного подтверждения данного тезиса может послужить программа «Пятница News» на телеканале «Пятница!». Героями ряда выпусков «несерьезных новостей» помимо знаменитостей становятся именно «простые» среднестатистические жители России, чьи образы коррелируются с общим образом аудитории телеканала.

Для теленовостей также может быть характерна демонстрация некоего обобщённого, обезличенного «образа аудитории». На отечественном ТВ нередко эксплуатируется образ интернет-общности, например, путём изображения и цитирования анонимных комментариев из социальных сетей. Кроме того, когда журналисту требуется проиллюстрировать какой-то факт, для которого сложно выбрать одну уникальную «историю», «очень типично – провести так называемый «опрос», собирая анонимные мнения на улице. Это ещё одна тенденция, которую нужно анализировать, но она не может быть охарактеризована как персонализированная новостийная история»[336].

Интересное сочетание известных персонажей и «простых» граждан, – представителей аудитории, – наблюдается в ярких примерах инфотейнмента в отечественных экранных искусствах: телевизионном проекте «Война и мир. Читаем роман» (телеканал «Культура», 2015), мультимедийных проектах Google: мировых интернет-чтениях «Каренина. Живое издание» (2014), «Чехов жив» (2015) и «Мастер и Маргарита. Я там был» (2016).

Перечисленные краеугольные характеристики инфотейнмента: игровое начало (вне зависимости от интерпретации этого понятия), «эмоционализация» и

---

[335] Monclús B., Vicente-Mariño M. The influence of Infotainment in the Role of TV Newscasts' Main Characters. URL: http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/340 (дата обращения 07.02.2017).

[336] Monclús B., Vicente-Mariño M. The influence of Infotainment in the Role of TV Newscasts' Main Characters. URL: http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/340 (дата обращения 07.02.2017).

«персонализация» информации, нередко рассматриваются как причины снижения её достоверности, качества, а также как инструменты, притупляющие интерес аудитории к, соответственно, достоверной, качественной и цельной, нефрагментированной информации, требующей вдумчивого осмысления и собственного анализа. Однако исследователи отмечают и обратный процесс, важный в контексте данного исследования. Получая эмоционально окрашенную информацию, «упакованную» в развлекательную оболочку, аудитория ожидает, что изначально развлекательный продукт будет наделён достаточной долей информативности[337].

Выводы к первой главе

- Трансмедийность – это категория, включающая в себя различные формы медийного взаимодействия и взаимовлияния в современном мультиплатформенном медиапространстве. Данная категория соотносится с особым свойством современной медиасферы, порождающим ряд явлений, процессов и форм. Свойство трансмедийности различным образом актуализирует себя в профессиональной, любительской и полупрофессиональной медиасредах, используя различные сочетания трансмедийных технологий.
- Трансмедийные технологии – это совокупность методов и технологий, посредством которых осуществляется процесс построения информационных и эстетических взаимосвязей между разнородными объектами, составляющими современную медиасферу, обусловливающий медиагибридизацию, генезис новых жанров и форматов, а также

[337] «Как отмечалось выше, по своей сущности пространство инфотейнмента состоит из двух главных компонентов телевидения: информации и развлечения. Важно принимать во внимание гибкость данной формы преподнесения информации, а также её способность распространяться в обоих направлениях: развивается стремление не только к поиску нестандартных форм традиционных информационных программ, но и к включению более серьёзных и информативных задач в развлекательные передачи» (Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата культурологии. М., 2015. URL: http://www.ranepa.ru/docs/dissertation/144-text_refer.pdf, дата обращения 07.02.201753). «Когда современный ищущий человек чувствует необходимость в информации из медий, он все более ожидает, что она будет преподнесена интересно, привлекательно и забавно. Остается в силе, хотя и не так ярко выражена, обратная схема: когда люди развлекаются, они желают получить сведения и факты, информацию <…>» (Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу//RELGA: научно-культурологический журнал, 2007. №4. URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1729&level1=main&level2=articles, дата обращения 07.02.2017).

самоорганизацию медиапространства в совокупность многоуровневых трансмедиа-систем.

- Мультиплатформенное медиапространство, по которому распространяются трансмедийные произведения, характеризуется способностью к расширению, вследствие информационной интеграции медиаканалов, медиаплатформ и медианосителей, фактически находящихся в постоянном процессе обмена данными, главным образом, посредством использования интернет-технологий. Такая системность сообщает экранным произведениям особую, «перекрёстную» логику[338] повествования, подразумевающую движение персонажей и сюжетов между платформами, приводящее к выстраиванию комплексов смысловых и эстетических взаимосвязей между системными элементами.
- При создании мультиплатформенного экранного произведения в профессиональной медиасреде экономические, маркетинговые или идеологические задачи могу превалировать над художественными. В любительской среде художественные и экспериментальные задачи, как правило, преобладают над экономическими. Расстановка приоритетов в псевдолюбительской среде уникальна для каждого конкретного произведения.
- Трансмедийное экранное произведение обладает способностью актуализироваться в современной медиасфере посредством симультанного художественного и информационного расширения на множество медиаплатформ, медиаканалов и медианосителей. Способность к медийному расширению экранным произведениям обеспечивает совокупность художественных методов, при которой авторы задают вымышленное повествовательное «пространство», каждый сегмент которого может эстетизироваться новым независимым автором, или

[338]От англ. crossover logic, по выражению медиаисследователя Л.Мановича (Manovich L. Understanding Hybrid Media. URL: http://manovich.net/index.php/projects/understanding-hybrid-media, дата обращения 07.02.2017).

сообществом авторов, в число которых могут входить как профессионалы, так и любители.

- Задачи, преследуемые создателями экранных произведений, во многом определяют их художественно-эстетическое своеобразие. Так, в профессиональной среде медийное расширение может осуществляться «искусственно» и подвергаться творческому контролю продюсера, режиссёра, автора и т.д. Те или иные трансформации в экранном произведении могут быть избыточными и рассчитанными на конкретный сегмент аудитории (характерно для индустрии комиксов) в ущерб драматической и эстетической составляющей.
- Развитие интернет-технологий привело к формированию «радикальной», по выражению медиаисследователя Г.Дженкинса, интертекстуальности медиапространства. Опираясь на гипертекст и систему гиперссылок, Интернет делает интертекстуальные связи в аудиовизуальных произведениях видимыми и сравнительно легко определяемыми для аудитории. Сегодня Интернет сообщает аудиовизуальным формам не только интертекстуальную, но гипертекстуальную логику, которая способствует формированию в том числе и неочевидных сложно-ассоциативных взаимосвязей между разнородными медиаобъектами. Это явление ряд исследователей называют трансмедийной «сериальностью»[339]. Интернет также выполняет роль жанропорождающей среды, так как ещё одним его имманентным свойством выступает стремление и способность формировать гибридные негомогенные художественные тексты, «прочитывание» которых не подразумевает линейности.
- Трансмедийная «сериальность» подразумевает установление взаимосвязей между реальностью и художественным вымыслом. Поклонники того иного экранного произведения достраивают собственную информационную «Вселенную», вплетая в неё, например, факты из биографий актёров,

[339] Например: Kustritz A. Seriality and Transmediality in the Fan Multiverse: Flexible and Multiple Narrative Structures in Fan Fiction, Art, and Vids // TV/Series, 2014. T.6, C. 225 – 261.

исполняющих роли персонажей. Предугадать где именно располагается импульс, провоцирующий медиапользователя достроить эту связь, практически невозможно. Смешение реальности и вымысла вызвано большим включением аудитории в процесс создания мультиплатформенных произведений. Ряд исследователй отмечает положительную динамику, которую он привносит в медиасферу[340].

- Взаимовлияние профессиональной, любительской и псевдолюбительской медиасред находит своё отражение в особой модели медиакультуры – инфотейнменте (англ. infotainment). Инфотейнмент подразумевает сочетание процессов информирования и развлечения. Данная модель медиакультуры стремится к доминированию как в зарубежной, так и отечественной профессиональной медиасреде и создаёт благоприятные условия для развития трансмедийности. Инфотейнмент вырабатывает ряд ключевых особенностей оформления информации, в совокупности создающих благоприятные условия для развития трансмедийной повествовательной модели в экранных искусствах. Эти особенности включают в себя демократизацию производства, персонализацию и «эмоционализацию» информационных сообщений; инфильтрацию игровых элементов в аудиовизуальные произведения; развитие технотейнмента, то есть развлекательного опыта, производимого и получаемого посредством новейших технологий, и эдьютейнмента, то есть сочетания процессов образования и развлечения.

[340] «Преимущество трансмедийного повествования в том, что они обращены к объективной реальности, а через вовлечение в реализацию этой игры медиапользователей (зритель-субъект, зритель-творец) достигается и в самой объективной реальности изменение социальной действительности <...> мультиплатформенный медийный продукт, т.е. трансмедиа, классифицируемые как трансцендентальное повествование, не только с наивысшей долей достоверности отображает объективную действительность, но и непосредственно влияет на изменения в социальной реальности (Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Диссертация на соискание степени доктора филологических наук. – М., 2012. – С.407, 433).

ГЛАВА 2. ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ПРИРОДА ТРАНСМЕДИЙНЫХ ЭКРАННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

Во второй главе обстоятельно исследуется концепция Web 2.0 в свете её влияния на производителей и потребителей художественного и информационного контента в профессиональной, любительской и псевдолюбительской медиасредах. Раскрываются понятия «культуры ремикса» и «вариабельности» (англ. remixability) в экранных искусствах. Исследуется феномен самоподобия как принцип структурно-сюжетной организации экранного контента. Анализируются процессы медиагибридизации и формы актуализации трансмедийных произведений в современных экранных искусствах.

§2.1. Взаимовлияние художественно-выразительных, информационных и смыслообразующих аспектов современных трансмедийных произведений в интернет-пространстве

Динамика развития интернет-технологий крайне высока. На рубеже десятилетий, в 2010 году, количество зон действия беспроводного доступа к Интернету, превысило миллион; пятью годами ранее стандарт WiFi стал поддерживаться цифровыми видеокамерами, приблизив создание «Интернета вещей», в котором практически каждый материальный объект входит в общую систему интернет-коммуникации. Эксперты мобильной отрасли прогнозируют развитие стандарта 5G к 2020 году, что означает дальнейшую эволюцию мобильного Интернета, который уже сегодня позволяет использовать мобильный телефон в качестве персонального компьютера с практически повсеместным доступом к глобальной сети.

Современный активный пользователь Интернета и компьютера, в дополнение к традиционным позициям адресата и интерпретатора комплексного информационного сообщения (с точки зрения аудиовизуальных медиа: телевидения, радио, кинематографа, СМИ и литературы), получает возможность реализовать себя в роли исследователя интернет-пространства и «туриста» в виртуальной и дополненной реальности; критика, эксперта, рецензента, журналиста – в рамках платформы интернет-блога; телеведущего в пределах видеоблога; исполнителя или активного участника в компьютерной, мобильной или видеоигре; автора и соавтора в пространстве фанфикшн[341]; режиссера, оператора, монтажера, сценариста, копирайтера и т.д. Роли эти также подчиняются перекрёстной логике и, как правило, представляют собой некоторое индивидуальное сочетание, а точнее, бесконечную множественность индивидуальных сочетаний, интерпретаций и художественных прочтений, авторских интенций, вариантов моделирования реальности и т.д.

---

[341] Фанфик, фанфикшн (англ. fan fiction, дословный перевод – «художественная литература поклонников») – литературная разновидность творчества «фанатов» (преданных поклонников) популярных произведений искусства, в которой могут быть использованы персонажи, сюжет и элементы вымышленной «Вселенной» родоначального произведения: продолжения культовых произведений, пародии, «альтернативные Вселенные», «кроссоверы» (англ. crossover) – креативные «переплетения» разных произведений в рамках одного; тексты из направлений «пэйринг» (от англ. pair - пара) и «шиппинг» (англ. relationships - отношения), то есть посвященные романтическим отношениям персонажей и др.

В начале «нулевых» годов XXI века американские компании Apple и Windows выпустили платформы для любительского и полупрофессионального редактирования аудиовизуальных материалов – iMovie, Final Cut Pro (1999 г.) и Windows Movie Maker (2000 г.), популяризовавшие и расшифровавшие технологическую и смысловую логику нелинейного монтажа для широкого круга видеолюбителей. Первый любительский видеоролик на видеохостинге YouTube был опубликован в апреле 2005 года, положив начало «свободной» дистрибуции любительского экранного продукта. В 2008 году на рынок вышел зеркальный фотоаппарат Canon EOS 5D Mark II, способный производить видеоматериалы настолько высокого качества, что он впервые стал применяться для производства малобюджетных кинофильмов и телесериалов, будучи доступным не только профессионалам отрасли, но и любителям. Перечисленные события явились своеобразными взаимосвязанными маркерами – не единственными, но важными, – обозначавшими наступление эпохи, в которой любительский экранный продукт может быть произведен и дистрибутирован вне матрицы традиционного технологического процесса, не уступая по качественным характеристикам продукту профессиональному. К настоящему моменту (2016-2017 гг.) стало возможным отследить последствия этих процессов, выражающиеся в интеграции любительской эстетики в профессиональный экранный язык и возрастающую степень подвижности художественных критериев, вызванную демократизацией как творческого процесса, так и экспертной оценки художественных произведений.

Американский медиаэколог Нил Постман неслучайно заявлял: «В любой технологии заложена мощная идея, иногда две или три»[342]. Сегодня участники процесса коммуникации обратились одновременно в авторов и исследователей, активно использующих так называемый Web 2.0, «новые медиа» и мобильные коммуникации. Речь идёт прежде всего об аудитории, уверенно оперирующей современными трансляторами, носителями и репликаторами информации:

[342] Нил Постман: 5 вещей, которые мы должны знать о технологических переменах// Медиаэкология. URL: http://media-ecology.blogspot.ru/2011/02/5.html (дата обращения 07.02.2017).

персонифицированными и интерактивными мобильными устройствами: смартфонами, телефонами, персональными и планшетными компьютерами, плеерами, проигрывателями и т.д. Именно для этой аудитории, по выражению Г.Дженкинса: «будущее наступило десять минут назад»[343], и степень её медиакомпетентности колеблется от средней до максимально высокой.

Изучая особенности поведения пользователей в различных интернет-сообществах, Г.Дженкинс также использовал термин «партиципативная культура» (от англ. participatory culture, дословно – культура соучастия или культура участия), в которой потребители продукта, в том числе и художественного, выступают и производителями, и критиками и составляют особый класс – «prosumers», «просьюмеры», то есть являются одновременно потребителями информационного и развлекательного продукта и его производителями[344].

В Интернете сегодня действительно можно наблюдать процесс демократизации и, в определённой степени, «десакрализации» и творческого процесса, и искусства в целом. Тем не менее, к 2016 году тезис «автором может стать любой» перестал вызывать равно как удивление, так и необоснованное воодушевление. Возросшее в геометрической прогрессии количество возможностей для творческого и креативного самовыражения в сфере аудиовизуальных искусств привело не к обесцениваю или даже отрицанию фундаментальной значимости таланта автора, а к необходимости для каждого конкретного произведения адаптироваться к новым тенденциям в экранной культуре, с целью не потеряться в потоке микро- и макро-произведений искусства, в котором профессионалов сложно отличить от любителей.

Важно понимать, что для части упомянутых любителей (режиссёров, сценаристов, писателей, авторов, актёров, поэтов, исполнителей – список можно продолжать бесконечно) доступность технико-технологических платформ для

---

[343] Jenkins H. The Future Started 10 Minutes Ago and You Are Already Late To the Party! !//Confessions of an Aca-Fan. URL: http://henryjenkins.org/2015/04/the-future-started-10-minutes-ago-and-you-are-already-late-to-the-party.html (дата обращения 07.02.2017).

[344] Jenkins H. Textual poachers. television fans & participatory culture. New York and London: Routledge, 1992. C.23, 46.

самовыражения создаёт иллюзию лёгкости самореализации в среде, где искусство становится профессией. Подобное мнение, разумеется, ошибочно: Интернет все ещё создаёт гораздо больше возможностей высказаться, порой в пустоту, нежели громко заявить о себе. Несложно также заметить, что продукты любительской креативности в интернет-среде чаще в первую очередь преследует решение коммуникационных, нежели эстетических задач. Самовыражение, самовоплощение в провокативной интернет-среде нельзя путать с самоактуализацией в среде профессиональной, однако подобная подмена понятий нередко происходит. Конкуренция за внимание аудитории высока, а сама аудитория активна и деятельна, поэтому предложение превышает спрос.

Кроме того, ставшая привычной возможность любого пользователя активно самовыражаться, демонстрируя свою позицию по тому или иному вопросу в интернет-среде, нередко приводит к результату, противоположному ожидаемому. В качестве примера можно привести всевозможные «онлайн-петиции», ссылки на которые с огромной скоростью распространяются в Интернете. Виртуально подписывая петицию, например, против возмутившей его фотографии или события, пользователь фактически знакомит с «раздражителем» новую аудиторию и невольно способствует его популяризации и дальнейшему распространению, что приводит к своеобразному эффекту отрицанию отрицания, которое в итоге означает признание.

Web 2.0 – популярный термин, характеризующий текущее состояние «Всемирной паутины». Ряд исследователей относит его к квазинаучным и жаргонизмам, в силу его избыточной обобщённости. Тем не менее на данный момент, именно понятие Web 2.0 характеризуется устойчивой коннотативной и ассоциативной связью с основными параметрами современной интернет-среды: наличием и доминированием «пользовательского контента» (англ. «user generated content») – креативного продукта, произведённого пользователями того или иного веб-сайта или социальной сети, в форме идей, текстов, видеоматериалов, фотографий, графических изображений; «юзабилити» (англ. «usability») – в практическом понимании этого термина – сочетанием возможности интуитивного

использования с эргономичным веб-дизайном; оперативной совместимостью (англ. interoperability) – обеспеченной технологически способностью взаимодействия, интеграции и гибридизации различных веб-сервисов[345] и веб-приложений[346]. Важно отметить, что подобная техническая гибридизации впоследствии обеспечивает гибридизацию смысловую и эстетическую.

Web 2.0 – условный термин, не относящийся к конкретным техническим характеристикам, алгоритмам или программному обеспечению, однако, в восприятии и современного пользователя, и разработчика, это понятие контекстуально связано с мобильными коммуникациями и беспроводными сетевыми и высокоскоростными интернет-технологиям, развитие которых существенно повысило доступность Интернета, как средства связи и обмена информацией. В качестве иллюстративных примеров веб-сайтов, категориально относящихся к Web 2.0 можно привести социальные сети[347], блоги[348], wiki-сайты[349], веб-ресурсы, на которых так или иначе реализуется принцип фолксономии[350], видео- и фотохостинги[351], «мэш-апы»[352], платформы для

---

[345] Веб-сервис, веб-служба (от англ. web service) – сайт в Интернете, предоставляющий различные услуги, например, проверку орфографии («Орфограммка»), тайм-менеджмент (Yast), мониторинг медицинских услуг (DocPlanner). С технологической точки зрения – идентифицируемая веб-адресом программная система со стандартизированными интерфейсами. Веб-сервис может использоваться вне зависимости от компьютера, провайдера или браузера, в любой точке мира, где есть Интернет.

[346] Веб-приложение (web application) – «клиент-серверная» программа, предназначенная для выполнения определенных задач и рассчитанная на непосредственное взаимодействие с пользователем.

[347] Социальная сеть, «соцсеть» (англ. social network) – интернет-платформа и веб-сервис, позволяющий зарегистрированным пользователям размещать информацию, вступать в коммуникацию между собой, а также публиковать различные материалы, включающие в том числе и результаты их креативной и творческой деятельности, с целью их последующей оценки другими членами сообщества, т. е. «делиться» (сленг, от англ. share) информацией и видео-, фото, текстовыми и другими материалами. Изначально предполагалось, что социальные сети формируют группы людей исходя из общих интересов и предпочтений, однако сегодня помимо специализированных платформ развиты и многопрофильные социальные сети. Актуальные примеры включают в себя американскую социальную сеть Facebook, отечественную Vkontakte, популярный веб-сервис с доминирующими элементами «соцсети» для публикации и просмотра фотографий Instagram, крупное онлайн-сообщество представителей творческих профессий DevianArt, социальная сеть для представителей отечественной музыкальной индустрии Film Music Pro и т.д.

[348] Блог (англ. blog, сокр. от weblog) – веб-сайт различной тематики, «интернет-дневник», «интернет-журнал», состоящий из дискретных мультимедиа-публикаций, «постов», как правило, расположенных в хронологическом порядке: чем актуальнее пост, тем выше он отображается. Блог может принадлежать одному автору или группе авторов. С возникновением в 2006 году социальной сети Twitter популярность среди пользователей приобрел «микроблоггинг» - разновидность ведения блога, при которой пост может состоять из строго ограниченного количества символов. По специфике содержимого выделяют также фотоблоги, видеоблоги, аудиоблоги. Блоги могут быть опубликованы на одной из множества существующих специализированных интернет-платформ, нередко интегрировавших в себя элементы социальных сетей: LifeJournal (в отчественной версии – «Живой Журнал»), Blogger, Tumblr, Wordpress, Exposure, Medium и т.д.

[349] Вики (англ.wiki) — веб-сайт, структуру и содержимое которого пользователи могут самостоятельно изменять с помощью инструментов, предоставляемых самим сайтом. Примеры: Wikipedia, Ekopedia, «Абсурдопедия». Для данного исследования важны wiki-энциклопедии, посвященные вымышленным «мирам» художественных произведений: например, Lostpedia – вики-ресурс, посвященный «Вселенной» американского сериала «Остаться в живых» (Lost, США, 2004-2010, продюсер Дж.Дж.Абрамс) и др.

[350] Фолксономия (англ. folksonomy) – широко распространенная в современном Интернете практика совместной классификации и категоризации информации посредством назначения пользователями произвольно выбранных меток или «тегов» (англ. tag – этикетка, бирка) для текстов, графических изображений и другого мультимедиа-контента, главным образом с целью упрощения его дальнейшего поиска. С 2007 года популярностью пользуются также «хештеги» (англ. hash – решетка, tag – метка), тег с

создания персональных сайтов, сервисы для создания «социальных закладок»[353], подкасты[354] и т.д.

Пространство современного Интернета, в котором актуализирует себя концепция Web 2.0, перенасыщено информацией, как аналитической, разной степени закодированности и актуальности, так и субъективной, персонализированной, эмоционально окрашенной, то есть, по сути, профанной. Для наглядного примера воплощения концепции Web 2.0 достаточно рассмотреть англоязычный информационный ресурс о культуре openculture.com (в переводе с английского – «открытая культура»), слоган которого звучит так: «лучший бесплатный культурный и образовательный ресурс в Интернете»[355]. Информационный массив этого веб-ресурса покрывает практически все актуальные области современной мировой культуры (в том числе и визуальной) и искусств (в том числе и экранных)[356]. На openculture.com публикуются не только

предшествующим ему символом – решеткой (#). Любопытно, что, в то время как теги и хештеги с наибольшим количеством повторений действительно становятся инструментами «народной» классификации в Интернете, индивидуальные, сложно или оригинально сформулированные теги и хештеги могут отражать эмоциональное состояние пользователя, который их назначил при взаимодействии с контентом, а также сарказм, иронию, и т.д., то есть отражать подтекст. Примеры сайтов с использованием фолксономии: Lastfm, Instagram, Twitter.

[351] Видеохостинг – сайт, позволяющий пользователям загружать, смотреть, редактировать и комментировать видео в Интернете. Примеры - Vimeo, Youtube, Vine, Coub. Фотохостинг – сайт для публикации и обмена цифровыми фотографими и/или изображениями в различных графических форматах: Pinterest (социальная сеть и фотохостинг), Google+Photos, Flickr, Photobucket. В контексте данной работы стоит также отметить так называемые «стоки» фотографий, изображений, видео, футажей, музыкальных композиций (англ. stock photography, stock footages sites); фото- и видеобанки, -архивы, -библиотеки. На таких сайтах пользователи могут приобрести на платной или бесплатной основе различные фото- и видеоматериалы, созданные и предоставленные другими пользователями по принципу royalty-free (изображение или видеофутаж может продаваться неограниченное количество раз и использоваться по усмотрению каждого конкретного покупателя без дополнительных выплат авторам). Суть фото- и видеостоков фактически заключается в практически бесконечной переработке результатов творческих усилий одних пользователей другими пользователями. Примеры – Shutterstock, VideoBlocks, Editstock, также внимания заслуживают аудио-библиотеки, на которых «прозрачным» и понятным пользователю способом можно приобрести лицензии разных видов на использование музыкальных композиций: Musicbed, PremiumBeat, SoundCloud (платформа для распространения музыкальных произведений и аудиоматериалов с элементами социальной сети).

[352] Мэшап (от англ. mash-up, смешивать) – многозначный термин, важный в контексте данной работы, и всегда означающий какой-либо гибрид. С точки зрения веб-технологий мэшап – это сайт или веб-приложение, использующее различный контент из множества источников с целью создания уникального нового веб-сервиса или сайта (TrendsMap, Digg, Liveplasma).

[353] Социальные закладки (англ. social bookmarks) - веб-сервис, с помощью которого пользователи могут управлять (т.е. публиковать, редактировать, обмениваться, комментировать) «закладками», фактически представляющими из себя короткие аннотации и ссылки на адреса множества других ресурсов, например, новостных. Примеры – Delicious, Pinterest, Reddit.

[354] Подкаст (англ. podcast) – тематическая серия программ в формате аудио, состоящих из музыки и текста. Пользователи могут подписываться на подкаст в Интернете, загружать выпуски на свой компьютер или прослушивать их онлайн, используя компьютер или мобильное устройство.

[355] На сайте представлены рубрики: «Аудиокниги», «Онлайн-курсы», «Сертифицированные креативные курсы известных мировых университетов», «Кинофильмы», «Языки», «Книги», «Электронные книги». В рубриках, касающихся аудиовизуальных искусств, опубликовано семьсот двадцать пять кинокартин, включающих классику мирового киноискусства (немое кино, кинофильмы в жанре «нуар», картины А.Тарковского, А.Хичкока, документальное кино и др.). Для бесплатного скачивания доступны тысячи изображения в высоком разрешении, в том числе шедевры мировых музеев изобразительного искусства. Также на сайте опубликованы ссылки на музыкальные библиотеки и созданы специальные подборки профессиональных статей для практикующих писателей и журналистов.

[356] В боковом меню сайта, среди множества прочих, указаны актуальные для нашего исследования подкатегории «Анимация», «Архивы», «Креативность», «Медиа», «Телевидение», «Видеоигры», «Веб и технологии», и, что интересно, отдельно «iPhone» и «iPad». Последнее наглядно демонстрирует, что в современных реалиях сама техническая платформа (в рассматриваемом примере – высокотехнологичный смартфон и планшетный компьютер) обусловливает свое культурно-информационное

оригинальные анонсы, статьи и критические эссе, но и аккумулируются ссылки на другие популярные и авторитетные ресурсы, такие как упомянутые выше в качестве примеров эдьютейнмента Google Art Project и TED. Присутствуют также ссылки на тематические каналы на видеохостинге YouTube. Все видеоматериалы разделены на категории: «Видео о культуре и искусстве»; «Видео о политике и обществе»; «Видео о науке».

Миссия рассматриваемого интернет-ресурса сформулирована его кураторами так: «собрать в одном месте все культурные и образовательные медиа-материалы высокого качества для мирового сообщества, заинтересованного в образовательном процессе, длинною в жизнь», так как «Web 2.0 предоставил нам множество аудио- и видеоматериалов, бесплатных и интеллектуально-обогащающих, но они рассеяны по сети <…> Наша миссия – централизовать и курировать этот контент, предоставляя вам доступ к нему в любое удобное время и в любом месте»[357].

С одной стороны, openculture.com представляет собой электронный архив наследия мировой культуры, с другой – современное электронное медиа, редакция которого активно отслеживает актуальные тенденции[358]. Иными словами, данные из архива интерпретируются, корректируются и трансформируются, исходя их текущих мировых событий, а затем достигают аудиторию множеством способов, доступных современному интернет-изданию: Openculture.com представлено в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. Также существует возможность подписаться на новостную рассылку издания по

насыщение. Общий пласт культурного знания сплавляется в негомогенную субстанцию, которая делится и категоризируется по новым, во многом, интуитивным, принципам.

[357] URL: http://www.openculture.com/faq (дата обращения 07.02.2017).

[358] Так, реагируя на известие о смерти знаменитого певца Принса (англ. Prince) в апреле 2016 года, музыкальный редактор openculture.com Джош Джонс опубликовал короткое эссе, посвященное личным чувствам по поводу ухода любимого музыканта, проиллюстрированное двумя концертными видеозаписями с видеохостинга YouTube. Видеозаписи сами по себе, относясь к 1999 и 2004 году, носят архивный характер. В сопоставлении они передают своеобразный образ времени, во многом, за счет своих технических характеристик. Концертное видео, запечатленное в 1999 году, имеет соотношение сторон кадра 4x3 и доступно в максимальном разрешении 240p – такое сочетание на уровне восприятия относит зрителя в девяностые годы, для которых этот формат был характерен. Видео 2004 года, напротив, записано с уже привычным современному зрителю соотношением сторон 16x9 и доступно в более высоком разрешении (которому, тем не менее, далеко до актуальных для 2016 года технических стандартов видеохостинга YouTube). Разительно отличается режиссерская стилистика концертной съемки. Эти фоновые различия резонируют с образом самого ушедшего артиста, оттеняя перемены в нем. В совокупности с художественным текстом видеоматериалы отсылают аудиторию к творческому и жизненному пути Принса, который, разумеется, освещен в эссе лишь точечно, но крайне персонализированно и эмоционально, глазами автора, как очевидца, поклонника и современника.

электронной почте и RSS.

Помимо ориентации на информационную актуальность, важный аспект любой публикации на openculture.com – персонализация и эмоционализация информации. Эти процессы, далеко не всегда способствующие повышению её релевантности и точности, а скорее напротив, отсылают нас к упомянутым выше переменам в пространстве коммуникаций. На практике речь идёт, в первую очередь, о возможности комментирования любой публикации «рядовыми» пользователями. Таким образом, рассмотренный веб-ресурс полностью отвечает концепции Web 2.0, рассмотрение и анализ влияния которой на аудиторию современных экранных нарративов – одна из ключевых задач данного исследования.

Важно отметить, что ряд авторитетных специалистов, в том числе изобретатель «Всемирной Паутины» (англ. World Wide Web) Тим Бернерс-Ли, критикует термин Web 2.0, утверждая, что глобальная компьютерная сеть изначально разрабатывалась как «коллективный вид медиа, место, где мы все можем встречаться и читать, и писать»[359] поэтому говорить о принципиальных отличиях Интернета предыдущего поколения от того, с чем мы ежедневно сталкиваемся сегодня, не вполне корректно. Тем не менее, в восприятии обычного пользователя, склонного воспринимать Интернет, как сложную совокупность общего (компьютерных, сетевых, коммуникационных, мобильных технологий) и частного (конкретных социальных медиа, инновационных сайтов и веб-проектов, программного обеспечения, носителей информации, обладающих доступом к сети), Интернет «первого поколения» (Web 1.0) существенно отличается от своей современной версии, фактически оформившейся к 2004 году и с тех пор находящейся в процессе постоянного развития в пользу повышения интерактивных, интегративных и мобильных функций.

Интересно, что Всемирная Паутина во времена своего зарождения на

[359] Berners-Lee on the read/write web//BBC News. URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4132752.stm (дата обращения 07.02.2017).

персональных компьютерах разработчиков представляла собой приблизительно то же самое, что сегодня использует широкая аудитория: например, чтобы поделиться файлом с коллегами или опубликовать веб-страницу нужно было просто переместить её в общую папку. Таким же образом процесс осуществляется и сегодня, с той лишь разницей, что аудитория, с которой можно «поделиться» информацией исчисляется миллиардами. Таким образом, инструментарий Web 2.0 совершил путь из научной «элиты» в массы и повлёк за собой схожие процессы демократизации в различных средах, в том числе, в сочетании с цифровыми технологиями, и экранных искусствах.

Образцы Web 1.0 отличались низкой или нулевой степенью интерактивности, проявлявшейся в виде структурируемой и модерируемой обратной связи посредством электронной почты или заполнения специальной формы, редактируемой без участия автора и только затем публикуемой. Существенная степень интерактивности модели Web 2.0, как следствие, приводит к процессам демократизации не только интернет-культуры, но и других сфер, так как Интернет, наряду с телевидением, – ключевой связующий медиаканал современности, в крупных городах во многом определяющий стандарты поведения, общения, творчества, трудовой деятельности и т.д. Неслучайно ещё в 1999 году Дарси ДиНуччи, консультант по дизайну электронной информации и автор рассматриваемого термина, в своей статье «Фрагментированное будущее» отмечала: «Сеть будет пониматься не только лишь как текст и графика, отображаемые на экране, но как транспортный механизм, эфир, через который осуществляется интерактивность[360].

В 2004 году популяризаторы термина, Тим О'Райли, Джон Бателле и Дэйл Догерти, отмечали, что суть Web 2.0 заключена в принципе «потребители строят ваш бизнес». Сегодня это высказывание можно перефразировать: «аудитория создаёт ваш художественный продукт/произведение/креативный проект». Вышеупомянутые исследователи веб-технологий также утверждали, что сгенерированный пользователями контент может быть «обуздан», с целью

[360] DiNucci D. Fragmented future. – URL: http://darcyd.com/fragmented_future.pdf (дата обращения 07.02.2017).

создания дополнительной ценности[361].

В рамках данной работы интерес представляет одновременно коллективный и индивидуальный характер деятельности, в том числе и творческой, свойственный модели Web 2.0. Коллективная интеллектуальная и креативная деятельность того или иного интернет-сообщества может привести к существенным результатам. Классический пример, иллюстрирующий данный тезис – интернет-энциклопедия «Википедия» (Wikipedia), содержание которой не только генерируется, но и редактируется пользователями на добровольной основе. Есть и более актуальные для экранных искусств примеры – онлайн «Энциклопедия Песни Льда и Пламени», в которой подробно рассказано о героях и вымышленном мире произведений Джорджа Р.Р. Мартина из одноименного цикла – 7kingdoms.ru и карта художественного мира этого произведения, созданная поклонниками сериала на базе интернет-сервиса Google Maps в 2014 году.

Однако очевидно, что Интернет – это медиаканал, направленный в большей степени на индивидуальное, обособленное получение и использование информации. Процесс так называемого «интернет-сёрфинга»[362], – основополагающего исследования и сбора информации для любой пользовательской практики, в том числе креативной и творческой, это занятие, как правило, индивидуального характера. В контексте нашего исследования важно, что именно креативные и творческие практики в Интернете, даже будучи частью единого коллективного процесса, разведены по времени, несинхронны и, на первый взгляд, спонтанны.

Однако, обращаясь к немаловажным для этого исследования направлению «фан-арт»[363] и жанру «фанфикшн» в среде Web 2.0, важно отметить неспонтанность большинства их проявлений. Написание текста по мотивам

---

[361] O'Reilly T., Battelle J. Opening Welcome: State of the Internet Industry. San Francisco, California, 2004.

[362] Интернет-сёрфинг, веб-сёрфинг (от англ. surfing the web) – просмотр веб-страниц в Интернете, перемещение по гиперссылкам с целью сбора информации или развлечения.

[363] Фан-арт (от англ. fan art – «искусство поклонников») – в интернет-среде, - это художественные работы преданных поклонников («фанатов») «культовых» произведений популярной культуры, как правило, относящиеся к изобразительному искусству: фотоколлажи, постеры, комиксы, Giff-изображения, картины, рисунки, фотографии, «демотиваторы» и т.д., посвященные популярному кинофильму, роману, комиксу, анимэ и т.д., раскрывающие тематику родоначального произведения или его персонажей исходя из личных предпочтений и художественных представлений автора-фаната.

популярного фильма или книги; подготовка графического изображения: «фанатского» кинопостера[364] или «демотиватора»[365]; монтаж креативной видеокомпиляции – все это требует от автора времени перед последующей публикацией в Интернете и получением обратной связи и оценки других членов сообщества. Важно подчеркнуть также зависимость авторов креативного продукта от оценок и реакций других пользователей, которая проявляется даже в процессе коммуникации.

Практически любой креативный акт – вплоть до записи видеосообщения или публикации фото, подвергается осмыслению, авторефлексии пользователя и, как следствие, редактированию, что исключает спонтанность, в то время как акт коммуникативный, напротив, провоцирует к ней – например, оставлять комментарий к актуальному видеоматериалу необходимо здесь и сейчас. Возможность спонтанно проявить себя с разной степенью креативности и оригинальности, выразить своё мнение – важная особенность интернет-дискурса. Для креативной деятельности пользователей Интернета, таким образом, характерна ситуация психологического противоречия: художественное произведение для веб-среды, выступая как акт коммуникации, должно быть остроактуальным, носить своеобразно-импровизационный характер и в то же самое время быть достаточно продуманным, в свете того, что ему предстоит пережить «экспертную» оценку интернет-сообщества. Партиципативная культура производит партиципативные произведения искусства, которые требуют если не признания, то, по крайней мере, внимания и отклика. Сознание и самовосприятие современных авторов направлено на получение комментариев и подсчёт просмотров. Такую, на первый взгляд, сугубо качественную категорию, как собственную креативную компетентность, в Интернете можно оценить в количественном эквиваленте. Поэтому желание «поселить», а точнее «посеять» своё произведение на максимально достижимом количестве платформ –

[364] Кинопостер (англ. film poster) – плакат с информацией о кинокартине, используемый для рекламных или декоративных целей.

[365] «Демотиватор» – широко распространенный в Интернете вид плакатов, выполненных в особой узнаваемой стилистике и пародирующих так называемые «мотивационные плакаты», предназначенные для создания и поддержания оптимистичного и рабочего настроения.

виртуальных, таких как сайты, блоги, видеохостинги, социальные сети, программные приложения; и вполне физических: мобильные телефоны, компьютеры, плееры, телевизоры с доступом в Интернет, – более чем естественно. Таким образом, Интернет, оперируя интерактивностью и ресурсами для «обратной связи», как и любая технология, активно «навязывает излишне доверчивым свои допущения»[366].

Открытые художественные системы способны формироваться благодаря еще одной ключевой особенности среды Web 2.0: возможности создания ссылок и гиперссылок[367] на любые объекты, расположенные в веб-пространстве, любым пользователем, а также структурирования и каталогизации веб-контента посредством выбора ключевых слов и создания «тэгов» и «хэштэгов» (уже упомянутый процесс фолксономии). Именно эти прочно укоренившиеся в сознании современного пользователя понятия гарантируют формирование взаимосвязей, во многом определяющих специфику медиапространства.

Экранные искусства и их восприятие аудиторией всегда зависели от «прорывов» в технологической и технической сферах. С этой точки зрения важна ещё одна ключевая черта современного медиа- и интернет-пространства: практически непрерывное технологическое и техническое обновление, и, что ещё важнее в контексте данной работы, атмосфера постоянного, очень динамичного технического и технологического обновления в медиасфере, коммуникаций и экранных искусств. Сегодня актуальность той или иной тенденции, касается ли это программного обеспечения, оборудования или художественно-выразительных методов, ставится под сомнение быстрее, чем раньше. Фактически перемены приносят не только значительные прорывы и скачки, но и регулярные, планомерные обновления, значимые в большей или меньшей степени, однако, неизменно важные на уровне восприятия.

Эту ситуацию, вкупе с процессами демократизации и возрастанием роли

---

[366] Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский.: КАНОН-Пресс-Ц.; Кучково поле, 2003. – С.18.

[367] Гиперссылка (англ. hyperlink) – элемент веб-страницы или часть гипертекстового документа, ссылающиеся на другой элемент (команда, текст, заголовок, примечание, изображение) в самом документе, на другой объект (файл, каталог, приложение), расположенный в Интернете, либо на элементы этого объекта.

интернет-сообществ и интернет-сотрудничества в производстве интеллектуального и художественного продукта, может проиллюстрировать высказывание писателя и обозревателя технологий журнала Time, Л.Гроссмана, согласно которому Web 2.0 не просто меняет мир, а «меняет способ, которым меняется мир»[368]. Необходимо отметить также новый взгляд на классические произведения аудиовизуальных искусств и образцы из прошлых эпох, своеобразное переосмысление прежних канонов. Таким образом, можно говорить о своеобразном переоформлении накопленной и переосмысленной информации.

Избыточная персонифицированность модели Web 2.0 и принцип «программное обеспечение как услуга» (англ. software as a service, сокр. SaaS)[369] также выступает в роли краеугольных оснований Интернета второго поколения. Практически любой посещаемый веб-сайт каждый конкретный пользователь может настроить по своему усмотрению; или же поддерживается видимость такой индивидуализации и «кастомизации»[370] любого веб-продукта. Этот процесс может быть осуществлён частично автоматически – как правило, веб-сервисы и приложения интегрированы с социальными сетями и имеют доступ к содержащейся в них личной информации пользователя. Таким образом, достаточно лишь нажатия кнопки, чтобы любой веб-сайт из части обезличенного внешнего пространства стал частью личного «микрокосма» каждого конкретного пользователя.

Эта способность Web 2.0 важна, как иллюстрация новых взаимоотношений внешнего и внутреннего он-лайн «миров», в первую очередь, автора-производителя художественного продукта. Персональный веб-сайт в Интернете первого поколения воспринимался как личное, обособленное пространство автора, способность контролировать и анализировать реакцию аудитории была

---

[368] Grossman L. You — Yes, You — Are TIME's Person of the Year. URL: http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html (дата обращения 07.02.2017).

[369] SaaS (англ. software as a service — программное обеспечение как услуга; также англ.software on demand — программное обеспечение по требованию) – бизнес-модель продажи и использования программного обеспечения, при которой поставщик разрабатывает веб-приложение и самостоятельно управляет им, предоставляя аудитории доступ к программному обеспечению через Интернет. В контексте данной работы в качестве примера уместно рассмотреть Netflix – крупнейший американский интернет-провайдер (поставщик) кинофильмов, телесериалов и телешоу, по принципу платной подписки доступный для пользователей Австралии, Новой Зеландии, Северной и Южной Америки и частично – Европы и позволяющий смотреть кино- и телепродукцию на разных устройствах, включая компьютер и мобильный телефон. Отечественный аналог – Амедиатека.

[370] Кастомизация (от англ. customer – клиент, потребитель), также используется термин «персонализация» – адаптация продукта под конкретного пользователя.

ограничена. Специфика взаимоотношений аудитории, произведения и автора была иной: реципиент «посещал» личное пространство автора. Социальная сеть или современная платформа для публикации, несмотря на повышенную персонифицированность, не обособлена, открыта, вплетена в общее неоднородное пространство и воспринимается как сочетание личного и общего пространств. Иными словами, если раньше персональный сайт представлял собой комнату с закрытой дверью, в которую можно было стучаться, сегодня «профайл» пользователя в той или иной социальной сети – это комната без четвертой стены.

Публикуя своё произведение на современной платформе, пользователь чувствует, что он моментально отдаёт его на суд множества людей; более того, сама жизнь каждого конкретного участника, отражённая в социальной интернет-сети, по сути представляет собой самопрезентационный документальный проект. В то же самое время все, что раньше воспринималось, как сугубо «внешний» он-лайн мир – страница интернет-поиска, сторонний сайт, – сегодня, как уже было сказано выше, практически всегда персонифицируется и также представляет собой уникальное сочетание личного и общего. Таким образом, пользователь всегда находится в окружении людей, но в своеобразной прозрачной, оформленной с учётом индивидуальных предпочтений, капсуле.

Своеобразный «культ» индивидуализации, в сочетании с постоянным процессом взаимного «оценивания», ощущением постоянных перемен и сверхдинамичного новостного потока, ведёт к противоречивым результатам. Под процессом перманентной оценки понимаются функции, популярные в веб-пространстве и привычные пользователям: возможность «ставить лайки»[371], а также, например, подсчитывать просмотры различных мультимедиа-материалов; голосовать за лучшее произведение и т.д.

Интересно, что в понимании современного пользователя число просмотров видео на видеохостинге YouTube не считается значительным, не будучи шестизначным; порог восприимчивости подобных цифр сегодня крайне завышен,

[371] «Лайк» (от англ. like – нравиться) – кнопка «мне нравится», коммуникационное программное обеспечение, предназначенное для социальных сетей, блогов, сервисов социальных закладок, новостных сайтов и др., которое используется для выражения отношения пользователей к тому или иному мультимедийному контенту. На некоторых сервисах существует также кнопка «не нравится».

и, тем не менее, они выступают в роли значимого ориентира для пользователей. Как следствие, среди «симптомов» аудитории, активно использующей Интернет, исследователи отмечают завышенный эгоцентризм, нарциссизм, «троллинг»[372], культ любительства, некоторыми исследователями отмечаемый, как негативный симптом, и завышенные ожидания.

В контексте данной работы такие наблюдения важны как характеристики, свойственные представителям, в первую очередь, творческой среды, производителям художественного продукта. Помимо перечисленных проблем, повышенная индивидуальность интернет-пространства влечёт к формированию чрезмерно обособленного «микрокосма», в котором, «обитают», например, представители киноиндустрии. Персонифицированность, в частности, информационного потока может способствовать усугублению «оторванности» авторов от аудитории, в пользу мониторинга исключительно новостей отрасли и изолированного общения с коллегами. Вырваться из подобного круга бывает сложно, в силу все большей автоматизации интернет-пространства, в которое интегрируется личная информация об интересах и предпочтениях и которое «предлагает» материалы, исходя из этой информации. Более того, одна из ключевых особенностей «социального Интернета» (англ. social web) – обеспечивать взаимодействие между людьми со схожими вкусами, интересами, сферой деятельности; однако без контроля пользователя автоматизация настройки процесса такого взаимодействия может привести к обеднению коммуникации и, как следствие, творческого процесса, формированию «информационного пузыря»[373], из которого сложно вырваться.

§2.2. Принцип самоподобия как способ структурно-сюжетной организации экранного контента

Вопросы влияния интернет-технологий и компьютерных технологий на мышление авторов и аудиторию художественного продукта, несомненно,

[372] Троллинг – злонамеренное вмешательство в интернет-коммуникацию, выражающееся в провоцировании участником общения («интернет-троллем») конфликта, например, путём скрытого или явного оскорбления другого участника или участников.

составляют единую проблематику. Однако, на наш взгляд, следует разделять аспекты влияния интернет-технологий от аспектов влияния технологий компьютерных, так как они не тождественны. «Компьютинг» как своеобразная технико-технологическая парадигма современности, оказывающая влияния на все этапы производства экранной продукции, требует обстоятельной остановки в рамках данного исследования.

В англоязычной практике термин «компьютинг» (англ. computing) трактуется как любая целенаправленная деятельность, в ходе которой либо применяется, либо создаётся последовательность шагов, то есть алгоритм; и которая осуществляется посредством компьютерных технологий. В узком смысле компьютинг – это любое вычисление, производимое на компьютере. В более развёрнутом понимании это понятие включает в себя разработку, развитие и производство оборудования и программного обеспечения; обработку, структурирование и управление различными видами информации; проведение научных исследований посредством компьютеров; создание систем искусственного интеллекта и, наконец, создание и развитие цифровых коммуникаций и медиаобъектов. Таким образом, можно утверждать, что социокультурная картина современного мира фактически базируется на принципах компьютинга.

Экранные искусства не исключение: они неизбежно следуют за развитием компьютерных технологий, так как к настоящему моменту (2016-2017 г.) переход кинематографа и телевидения в цифровую систему координат можно считать окончательно состоявшимся. Неслучайно к 2016 году применение в кинопроизводстве кинопленки по сравнению с цифровой видеосъёмкой стало восприниматься как исключение, связанное с личными эстетическими предпочтением того или иного известного кинорежиссёра или с последующей трансляцией картины в формате IMAX; в то время как ещё в начале «нулевых» годов XXI века ситуация была диаметрально противоположной. Нарастающая же интеграция кинематографа, телевидения и Интернета может рассматриваться исключительно в рамках компьютинга в силу нативной взаимосвязи интернет-

пространства и компьютера.

Уместно вспомнить цитату из знакового выступления медиаэколога Н.Постмана, посвященного технологическим переменам: «каждая технология имеет свою установку»[374], которая в современной мультитехнологичной медиасреде приводит к множественности установок. Перефразируя пословицу «Человеку с молотком все окружающее кажется гвоздями» Нил Постман переносит её смысл на другие области: «Человеку с карандашом – всё кажется изречением», «Человеку с камерой – всё кажется образом», «Человеку с компьютером – всё кажется данными, информацией»[375].

В первые два десятилетия двадцать первого столетия развитие получило множество технологий, в основе которых так или иначе лежат технологии компьютерные. В частности, одним из «катализаторов» формирования современного понимания трансмедийности послужила проведенная в 2007 году презентация сенсорного мобильного телефона iPhone, дополненного функциями персонального компьютера и видеокамеры, векторы развития которого, определенные его разработчиками, – «Интернет, Индивидуальность, Инструктирование, Информация, Вдохновение», – впоследствии были экстраполированы далеко за пределы мобильной отрасли. Данный смартфон изначально представлял собой гибридное устройство, сложную аппаратно-программную систему, представляющую собой одновременно совокупность множества медиаплатформ (программных приложений), медиаканала (за счет доступа к Интернету), физического носителя информации, прикладного инструмента творческой деятельности, средства коммуникации и самоидентификации в чрезвычайно насыщенном информационном пространстве. К 2016 году функциональный ряд смартфонов дополнился возможностью «переносить» пользователя в дополненную и виртуальную реальности, а также усовершенствованными механизмами сбора данных о своем обладателе и обмене этими данными с другими аппаратно-программными платформами. Фактически

[374] Postman N. Five Things We Need to Know About Technological Change. Talk delivered in Denver Colorado March 28, 1998. URL: http://web.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/materials/postman.pdf (дата обращения 07.02.2017).
[375] Там же. С.3.

из средства коммуникации мобильный телефон эволюционировал в сложный «интеллектуальный» инструмент связи с ноосферой. Принимая во внимания тот факт, что именно телефон является сегодня наиболее интегрированным в повседневность техническим устройством, базирующемся на сенсорном управлении и интеракции с пользователем, можно утверждать, что подобный тип технического устройства оказал существенное влияние на эстетическую и перцептивную матрицу, на которой базируются современные экранные искусства и медиапространство.

Если девятнадцатый век обозначали, как эпоху редакторского кресла, а двадцатый – как столетие психиатрической кушетки[376], то начало XXI века можно охарактеризовать, как время «тачпэда» (от англ. touchpad – особая сенсорная панель для отдачи команд компьютеру при помощь пальцев) и сенсорного экрана. Мастерство в прямом смысле этого слова сосредоточено на кончиках пальцев, а процесс экранного творчества может ощущаться почти физиологически, если речь идёт, например, о монтаже, цветокоррекции, фотографии, видеосъёмке или цифровом дизайне.

М.Маклюэн писал: «Воздействие технологии происходит не на уровне мнений или понятий; оно меняет <…> образцы восприятия <…>. Серьёзный художник – единственный, кто способен без ущерба для себя встретиться с технологией лицом к лицу, <…> он является экспертом, сознающим изменения в чувственном восприятии»[377].

Это высказывание особенно актуально сегодня, когда аудитория экранного нарратива, благодаря цифровым технологиям и сетевым средствам массовой коммуникации, трансформировалась во «включённых в интерпретацию корпуса медиатекстов, коммуникацию, интеракцию и создание собственного контента»[378] адресатов и адресантов комплексных медийных сообщений. Таким образом, класс «серьёзных художников» или, точнее, «почти серьёзных художников»

---

[376] Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – С.6.
[377] Там же. С. 22-23.
[378] Соколова Н. Трансмедиа и «интерпретативные сообщества»//Международный журнал исследований культуры. №3 (4), 2011. С.16.

существенно расширился, равно как и технико-технологическая база, необходимая для создания экранного продукта. Чувственное восприятие экранных произведений претерпевает изменения на множестве взаимосвязанных уровней, а творчество и его анализ сосредоточены в руках множества самопровозглашенных сетевых «экспертов».

Компьютинг не только как совокупность знаний и процессов, но как своеобразная модель культуры, «стиль жизни», способ мышления, прежде всего, означает окончательный уход от линейности, или, по крайней мере, того понимания линейности, которое доминировало в мире, в котором ведущую позицию занимало печатное слово, – в пользу дискретности, как принципе, на котором, технически и идеологически базируются цифровые и компьютерные технологии.

Очевидно, что процесс фрагментации художественного дискурса в целом и экранного в частности, – с последующей реконфигурацией нового «целого» из отдельных частей, – может рассматриваться вне области цифровых технологий. В качестве примеров можно привести такое явление как «зэппинг» (англ. zapping) – то есть быстрое переключение с телеканала на телеканал, рассматриваемое, например, К.Э.Разлоговым[379] и в историко-культурном контексте связанное с развитием телевидения; или же эстетику монтажа в культуре начала XX века, которой посвящено подробное исследование И.В.Кукулина[380].

Тем не менее, в «эпоху компьютинга» особое значение приобретает не только фрагментарность или мозаичность экранного произведения и/или его восприятия; и не эстетическая доминанта монтажа, ассамбляжа, коллажа, калейдоскопа, контаминации, компиляции в экранных искусствах, но, во-первых, упомянутые выше алгоритмы, то есть чёткие последовательности шагов, по которым создаются новые художественные реконфигурации, и стремление к системности, характерное для компьютерных технологий.

Инфильтрация компьютерных технологий в повседневность неизбежно

---

[379] Экранная культура. Теоретические проблемы: сборник статей под редакцией К.Э.Разлогова. СПб.: «ДМИТРИЙ БУЛАНИН», 2012. – С.26.

[380] Кукулин И. В. Машины зашумевшего времени: как советский монтаж стал методом неофициальной культуры. — М.: Новое литературное обозрение, 2015. – 536 с.

приводит к трансформации мышления; внедрение компьютинга в творчество обязательно влияет на художественную деятельность. Для нас и наших современников характерна описанная В.Ф. Турчиным «кибернетическая фоновая концепция реальности»[381], при которой последняя воспринимается как сложная система, состоящая из множества нетождественных ей подсистем. «Кибернетическое», а точнее «информационно-кибернетическое» мышление выражается и в совокупности методов получения и анализа информации современным человеком, и в его отношении к этому процессу.

Неслучайно отечественный исследователь культуры информационного общества А.В. Соловьев характеризует искусство в его текущем состоянии как «базу данных»[382], а произведения «цифрового» искусства,«киберискусства»[383] – как произведения «открытые»[384], скорее как «поток», а не «стоячую воду», «процесс», а не «его завершение». Такие «динамичные» и «изменчивые» произведения, отмечает исследователь, образуют «малые универсумы», которые «можно рассматривать с разных точек зрения где от поэтики Аристотеля, а вместе с ней и от представления об однонаправленном течении времени в однородном пространстве не остаётся и следа. Чтение такого произведения позволяет читателю самому себе прокладывать пути, его перечитывание можно начинать с любого места»[385].

Опираясь на трактат Ги Дебора «Общество спектакля», А.В. Соловьёв отмечает: «“образы, отделённые от всех аспектов жизни, слились в единый поток,

---

[381] Турчин В. Инерция страха. социализм и тоталитаризм. Издание второе. Нью-Йорк: "Хроника", 1978. С.162.

[382] Соловьев А. В. Новая эстетика информационной эпохи: искусство как база данных // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2009. №8. С.52. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/novaya-estetika-informatsionnoy-epohi-iskusstvo-kak-baza-dannyh (дата обращения 07.02.2017).

[383] Киберискусство – в узком трактовании, совокупность художественно-эстетических произведений, созданных с помощью компьютерных технологий. В рамках нашей работы «киберискусство» контекстуально связывается с общим понятием «кибернетики», как науки о закономерностях получения, хранения, передачи, преобразования информации в сложных управляющих и управляемых системах, в том числе и современном медиапространстве (которое мы понимаем как систему), что позволяет экстраполировать определение «произведений киберискусства», в частности, на произведения современного искусства в целом.

[384] Открытое произведение – введенный в активное научное обращение в одноименноей работе Умберто Эко в 1962 году. «Открытое произведение не конструирует закрытый, самодостаточный в себе мир вымысла, а ставит перед читателем вопросы <…> категорически отвергая возможность однозначного своего понимания» (Ильин И.П. Постмодернизм. Словарь терминов. М.: ИНИОН РАН – INTRADA, 2001. С.186).

[385] Соловьев А. В. Новая эстетика информационной эпохи: искусство как база данных // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2009. №8. – С.52 URL: http://cyberleninka.ru/article/n/novaya-estetika-informatsionnoy-epohi-iskusstvo-kak-baza-dannyh (дата обращения 07.02.2017).

в котором единство жизни уже не может быть восстановлено”[386]. Они [произведения киберискусства] являются “открытыми произведениями” не только потому, что допускают множество интерпретаций, но ещё и потому, что они физически чувствительны к активному погружению исследователя и материально связаны с другими произведениями сети. Текучесть, незавершённость, обновляемость и материальная связанность являются атрибутами любой базы данных»[387].

Актуальный сегодня вопрос формирования симбиотических эстетических и смысловых взаимосвязей между новейшими «открытыми произведениями» сегодня неизбежно связывается с развитием технологий – цифровых, компьютерных, интернет-технологий, сетевых, мобильных коммуникаций. Американский исследователь, автор книги «Искусство иммерсии: как цифровое поколение меняет Голливуд <…> и то, как мы рассказываем истории», Ф.Роуз отмечает: «цифровое означает размытие границ»[388]. Так, стирание черты между автором и аудиторией приводит к демократизации творческого процесса; инфильтрация игровых элементов в нарратив обеспечивает последующую «геймификацию» и медиагибридизацию; конвергентные процессы между индустрией развлечений и маркетингом влекут за собой формирование все более сложных многоуровневых медиасистем, а интеграция любительской эстетики в кинематограф и телевидение неизбежно усугубляет установившиеся в современных экранных искусствах сложные взаимоотношения между реальностью фактической, документальной и вымышленной.

Возникающие вследствие описанных процессов комплексы образных информационных сообщений, медиасимбиозы, медиагибриды, а также системы взаимосвязей между ними, и сама аудитория, раздробленная на множество «фрагментированных «Я», но представляющая собой определённую общность, воспринимаются как массив данных, совокупность единиц информации. Постоянно видоизменяясь и принимая формы художественных,

---

[386] Там же.
[387] Там же.
[388] Rose F. The Power of Immersive Media. – URL: http://www.strategy-business.com/article/00308 (дата обращения 09.02.2017).

коммуникативных, рекламных и прочих образов (неслучайно с точки зрения экранной культуры информация – это, в первую очередь, отражённое разнообразие), взаимодействуя с медиапространством, информация сегодня достигает реципиента принципиально иными, качественными и количественными, способами. Отечественный исследователь О.В. Аронсон в своей статье «Образы информации» отмечает: «Мы все больше погружаемся в мир, где господствуют электронные и цифровые образы»[389].

Любое взаимодействие с информацией, особенно экранной, за счёт техноёмкости экранных искусств, – это взаимодействие с технологической базой, то есть, по сути взаимопроникновение множества сложных динамических систем: электронных, биологических, социальных, сопровождаемое очевидным синергетическим эффектом.

Современные междисциплинарные исследования придерживаются заданных в XX веке направлений, переосмысляя и дополняя их и ориентируясь на изучение сложных многоуровневых систем, а также закономерностей и механизмов процессов, протекающих в них. Целесообразно рассматривать и современное медиапространство как сложную открытую динамическую систему, с внедрением компьютерных технологий пережившую точку бифуркации и вышедшую на новый уровень дифференциации и самоорганизации.

Современное медиапространство моделируется непрерывно и совместно множеством людей и компьютеров и фактически представляет собой самоупорядочивающийся информационный хаос, то есть многоуровневую динамическую систему. В данной работе выдвигается гипотеза о стремлении различных уровней данной системы к самоорганизации и структурированию, и ранее выдвигались предположения о факторах, обеспечивающих это стремление. Возникает вопрос: какова именно структура современной медиасферы, если ранее был заявлен тезис о её нелинейности?

Возвращаясь к высказыванию Н.Постмана, можно утверждать, что

---

[389] Аронсон О.В. Образы информации//Институт философии Российской Академии Наук. URL: http://iphras.ru/elib/Vliyan_Internet_7.html (дата обращения 09.02.2017).

центральная роль сегодня отводится «человеку с компьютером» (это понятие можно расширить и вариациями: «человек со смартфоном», «человек с планшетом»), то есть, фактически, вооружённому устройством, одновременно представляющим собой лист бумаги и телевизор[390], а также книгу и средство связи. Важно, что современный компьютер априори имеет доступ к сети Интернет, как к связующему каналу. За счёт этого канала каждый конкретный компьютер вписывается в общую систему; сегодня практически любой технический прибор может пониматься как компьютер, и ведущиеся разработки «Интернета вещей» призваны только усугубить эту ситуацию.

Для экранных искусств Интернет в определённой степени выступает в роли «книги-корневища», реализующей «принципиально новый вид эстетических связей»: «все её точки будут связаны между собой, но связи эти бесструктурны, множественны, запутанны, они то и дело обрываются. Книга эта будет не калькой, а картой мира, в ней исчезнет смысловой центр. <…> Неожиданные и парадоксальные *симбиотические связи* станут воплощением нелинейного типа *эстетических* связей»[391].

«Корневище», а точнее производные от него: «корень», «корневая система», «корневая папка», в контексте Интернета и компьютерной среды – конкретные термины, отсылающие к структуре различных объектов и используемые в ежедневной практике, равно как и «облако» («облачные технологии», «облачные вычисления», «облачные хранилища») или «дерево/древо» («дерево выбора», «дерево интерфейса» (англ. tree view), «дерево файловой системы»). Важно, что все перечисленные понятия обладают схожей структурой, а именно – структурой фрактальной.

«Фрактал» – это математический термин, введённый в 1975 году выдающимся математиком Б.Мандельбротом, и обозначающий самоподобную фигуру, то есть такую, в которой целое подобно по форме одной или более своих частей. Фрактал имеет сложную структуру вне зависимости от масштабирования,

---

[390] Гир Ч. Генеалогия компьютерного экрана. Экранная культура. Теоретические проблемы: сборник статей под редакцией К.Э.Разлогова. СПб.: «ДМИТРИЙ БУЛАНИН», 2012. С. 41.
[391] Нарижный Ю.А. Философия постмодернизма. URL: http://postmodern.in.ua/?p=1695 (дата обращения 09.02.2017).

то есть увеличение масштаба не приводит к её упрощению. Фрактальная структура представляется сложной, однако в основе её построения лежит относительно простой алгоритм «ветвления». Важно, что фрактальная структура строится, в сущности, бесконечно. В современном научном и практическом обращение термины фрактал, фрактальная структура, фрактальность, чаще всего употребляются в математике, компьютинге и интернет-технологиях, однако это понятие нередко экстраполируется и на социокультурную сферу, в частности, на экранные искусства. Неслучайно продюсер американской компании Lucasfilm Г.Роффман, комментируя хрестоматийную для исследователей взаимодействия медиа и экранных искусств «расширенную Вселенную Звёздных войн» (англ. Star Wars Expanded Universe), говорит о её «фрактальной сложности»[392].

Будучи введённым в область естественных наук в семидесятых годах двадцатого века, на текущий момент (2017 г.) термин «фрактал» укрепил свои позиции и в гуманитарных исследованиях: социологии и политологии[393], культурологии[394], философии[395], филологии[396], психологии[397] и др.

Данное исследование опирается на фундаментальный труд западного исследователя Г.А.Дуарте «Фрактальный нарратив»[398], в котором обстоятельно исследуется актуализация принципа фрактальности в современной экранной культуре и вводится понятие «нарративного пространства» (narrative space).

---

[392] Rose F. Columbia's first annual Digital Dozen: Breakthroughs in Storytelling//Deep Media . URL: http://www.deepmediaonline.com/deepmedia/2016/01/columbias-digital-dozen-breakthroughs-in-storytelling.html#more (дата обращения 06.02.2017).

[393] Жуков Д.С., Лямин С.К. Варианты использования методов фрактальной геометрии в социальных и политических исследованиях//Ineternum.С 17 – 35.

[394]Хотеева О.В . Гармония как константа культуры. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата культурологии (Введение). – Саратов, 2006. URL: http://www.dissercat.com/content/garmoniya-kak-konstanta-kultury (дата обращения 09.02.2017); Кирбаба Ю.В. Генезис синергетической парадигмы: Культурологические аспекты. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата культурологии (Введение). – Саратов, 2004. URL: http://www.dissercat.com/content/genezis-sinergeticheskoi-paradigmy-kulturologicheskie-aspekty (дата обращения 09.02.2017) и др.

[395]Загибалова М.А. Феномен карнавализации современной культуры. Автореферат на соискание степени кандидата философских наук (Введение). – Тула, 2008. URL: http://www.dissercat.com/content/fenomen-karnavalizatsii-sovremennoi-kultury (дата обращения 09.02.2017); Виноградова Н.Л. Диалогическая сущность социального взаимодействия.Автореферат диссертации на соискание степени доктора философских наук (Введение). – Волгоград, 2007. URL: http://www.dissercat.com/content/dialogicheskaya-sushchnost-sotsialnogo-vzaimodeistviya (дата обращения 09.02.2017) и др.

[396] Ключникова В.Ю. Дискурсивная репрезентация системы возможных художественных миров в жанре «Бондианы». Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата филологических наук. – Иркутск, 2012, – 28 с.

[397] Белокопытов, Ю.Н. Синергетический механизм поведения личности в процессе совместного взаимодействия. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора психологических наук (Введение). – Красноярск, 2005. URL: http://www.dissercat.com/content/sinergeticheskii-mekhanizm-povedeniya-lichnosti-v-protsesse-sovmestnogo-vzaimodeistviya (дата обращения 09.02.2017).

[398]Duarte G.A. Fractal Narrative. About the Relationship Between Geometries and Technology and Its Impact on Narrative Spaces. – Bielefeld: Transcript Verlag, 2014. – 380 с.

Важный вклад для ввода понятий «фрактал», «фрактальность», «фрактальный нарратив» в поле гуманитарных наук и развитие методологии исследования фрактальности внёс В.В.Тарасенко[399]. Труды В.В.Тарасенко затрагивают проблематику фрактальности интернет-пространства, а также фрактальности мышления индивида, вступающего во взаимодействие с интернет-пространством. Исследователь также использует в своих работах понятие «фрактального нарратива» в значении «способа создания повествований, концептов, познавательных культурных практик <...> Человеком Кликающим»[400], то есть современным пользователем Интернета.

Важные аспекты использования концепции фракталов в исследовательском дискурсе также раскрывается в работе Д.С. Жукова и С.К. Лямина[401].

Фрактальную природу Интернета одним из первых отметил создатель Всемирной Паутины Т. Бернерс-Ли в одноименной статье 1998 года, которая впоследствии, была переименована из «Фрактальной природы Интернета» в «Безмасштабную....»[402]. В контексте статьи эти два понятия выступают синонимичными; тем не менее, с нашей точки зрения, саму по себе структуру Всемирной компьютерной сети не совсем корректно называть исключительно фрактальной, так понятия «фрактальный» и «сетевой» синонимами не являются. Однако при соположении интернет-среды и экранной культуры, как двух ключевых аспектов современной медиасферы, говорить о фрактальности, как об основном эстетико-структурном принципе, транслирующемся в экранный нарратив, вполне целесообразно.

Фрактальность достигается, в первую очередь, за счёт полиэкранности

---

[399] Тарасенко В.В. Логико-методологические аспекты концепции фрактала. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата философских наук. – М., 1998. 27 с.; Тарасенко В.В. Метафизика фрактала// Цифровая библиотека по философии. URL: http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000254/ (дата обращения 01.02.2017); Тарасенко В.В. Фрактальная геометрия природы: социокультурное измерение // Синергетическая парадигма. Многообразие поисков и подходов. М.: Прогресс-Традиция, 2000. с.191-214.; Тарасенко В.В. Познание как фрактальное блуждание в мире. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.rinotel.ru/fractal/poznanie-kak-fraktalnoe-bluzhdanie-v-mire.html (дата обращения 2.02.2017); Тарасенко В. В. Антропология Интернет: самоорганизация «Человека кликающего»// Общественные науки и современность. – 2000. – №5. С.111–120.; Тарасенко В.В. Человек кликающий: фрактальные нарративы // Международные чтения по теории, истории и философии культуры. – 1998 – Вып. 6. С.351;

[400] Тарасенко В.В. Человек кликающий: фрактальные метаморфозы//Информационное общество, 1999. Вып. 1, С. 43 – 46.

[401] Жуков Д.С., Лямин С.К. Когнитивные аспекты использования метафор фракталов в исследовательском дискурсе// Fractal Simulation, 2011. №2. С. 74-81.

[402] Berners-Lee T. The Scale-free nature of the Web. URL: https://www.w3.org/DesignIssues/Fractal.html (дата обращения 09.02.2017).

современного медиапространства. Неслучайно возникновение такого исследовательского поля, как «экранология» (англ. screenology)[403] так же приходится на современность, а отечественный киновед К.Разлогов говорит об экране, как «мясорубке культурного дискурса»[404]. Экраны сегодня окружают человека в виде мобильных телефонов, компьютеров, ноутбуков, планшетных компьютеров, электронных «ридеров» для книг, плееров, телевизоров, больших экранов кинотеатров, рекламных «плазм» на улицах. Экраны множественны и различны равно как по техническим, так и эстетическим, и перцептивным характеристикам, однако в сущности своей они подобны друг другу.

Полиэкранность может трактоваться двояко или даже трояко. Во-первых, как указание на количество экранов, которые фактически стали частью современного ландшафта. Во-вторых, в термине очевидна отсылка к «многослойности» каждого конкретного экрана, проявляющейся в доминировании спецэффектов, моушн-дизайна, инфильтрации текста в визуальное изображение и т.д.

Ещё одним признак, отсылающий к фрактальности современной экранной культуры, – её интерактивность. Известно, что интерактивность в экранных искусствах подразумевает возможность взаимодействия – вплоть до физического, реципиента с экранным нарративом. Нам кажется целесообразным контекстуально связать интерактивность с процессуальностью, незавершённостью или бесконечностью любой фрактальной структуры. Неслучайно интерактивное повествование понимается как «форма цифрового интерактивного опыта, при которой пользователи создают или влияют на драматическую сюжетную линию посредством своих действий, принимая на себя роль героя в вымышленном виртуальном мире, давая команды управляемым героям, либо напрямую манипулируя состоянием виртуального мира»[405]. Опыт,

---

[403] Huhtamo E. Elements of Screenology: Toward an Archaeology of the Screen. Токио: ICONICS: International Studies of the Modern Image. 2004. С. 31–82.

[404] Экранная культура. Теоретические проблемы: сборник статей под редакцией К.Э.Разлогова. СПб.: «ДМИТРИЙ БУЛАНИН», 2012. – С.9-37.

[405] Сергеева Ю. Интерактивное повествование: Использование разумных систем. Перевод статьи Riedl M.O. and Bulitko V. Interactive Narrative: An Intelligent Systems Approach. URL: http://aushestov.ru/ (дата обращения 09.02.2017).

развлекательный, образовательный и т.д., через призму современных экранных искусств трактуется как совокупность процесса и результата, однако ключевая роль в этой диалектической паре отведена, несомненно, процессу.

Необходимо подчеркнуть влияние интерактивности не только на эстетику экранного нарратива, но и на его восприятие, точнее, усложнение процессов восприятия. Ранее исследователи могли проводить границу между видами интерактивности по физическому типу вовлеченности пользователя в процесс: интерактивность с точки зрения телевидения обозначалась как «отклонённая назад» (англ. lean back), так как зрители традиционно смотрят телевизор, откинувшись на диван, с пультом управления в руке, в то время как интерактивное взаимодействие с компьютером, напротив, характеризовалось, как «наклонённое вперёд» (англ. lean forward), так как пользователи традиционно располагаются ближе к устройству[406]. Сегодня наблюдается отчётливая тенденция, при которой пользователь применяет одновременно минимум два устройства во время просмотра кинофильма или телесериала. В качестве практического примера можно привести программное приложение «Второй экран» отечественного телеканала СТС[407], которое рассчитано на синхронное использование телевизора и мобильного телефона с целью построения индивидуального интерактивного опыта каждого зрителя.

Значительный вклад в исследование интерактивности как художественно-выразительного средства в экранных искусствах внесён отечественной исследовательницей Н.И. Дворко, вводящей в научное обращение также понятия интерактивного мультимедийного произведения и интерактивных художественных сред, наделённых особой «эстетической природой», т.е. «своеобразием художественного образа, выразительных средств,

---

[406] Will C. Engagement Styles: Beyond ‘Lean Forward’ and ‘Lean Back’. URL: http://johnnyholland.org/2012/03/engagement-styles-beyond-lean-forward-and-lean-back/ (дата обращения 09.02.2017).

[407] Заинтересованным зрителям необходимо установить бесплатное одноименное программное приложение на свой мобильный телефон и синхронизировать его по звуку со зрелищем, которое в этот момент демонстрируется в эфире. Нишевое профессиональное издание filmpro.ru отмечает, что приложение «не будет отвлекать зрителя от просмотра сериала и создавать новых сюжетных линий. Новая информация поступает порциями, <...> и в большей степени призвана удержать внимание аудитории к самому сериалу, например, во время рекламных пауз. Главная цель приложения – повысить вовлечение аудитории телеканала и глубже интегрировать её в соцсети. С его помощью можно скачать композицию, прозвучавшую в сериале или даже приобрести online-товар, показанный в кадре» («СТС Медиа» запустила «второй экран» для сериала «молодёжка». URL: https://www.filmpro.ru/materials/32306, дата обращения 09.02.2017).

пространственно-временной организации материала, восприятия»[408].

В качестве примеров интерактивных произведений, иллюстрирующих принципы фрактальности в своей структуре и выходящих за рамки «традиционных» экранных нарративов, можно упомянуть относимую сегодня к «золотому пантеону» компьютерных игр интерактивную семейную драму Façade (США, 2005, разработчики M.Mateas, A.Stern); и мобильное приложение «Episode Interactive» (США, 2013-2016…, разработчики Episode Interactive, LLC), которое предлагает пользователям стать участником или автором практически бесконечного множества интерактивных историй.

Интерактивные элементы также призваны обеспечить возможность навигации, ориентирования – как Интернете, так и в мультимедийной художественной среде. Здесь можно проследить смысловую цепочку, хрестоматийную для исследователей медиа и Интернета, однако, основополагающую для понимания тезиса о фрактальности современного медиапространства. Контекстуально и исторически понятие интерактивности связывается, в первую очередь, с развитием интернет-технологий. Интернет может восприниматься одновременно как виртуальное пространство и как карта этого пространства; таким образом, слова «путешествие», «маршрут», «навигация», традиционно используются в этом контексте. Интернет провоцирует и создаёт условия для создания бесконечного числа новых маршрутов, и незавершаемого продолжения начатых.

Здесь уместно вспомнить У.Эко, который в заметке «Путешествие по интернету» сравнивал возможность составления даже реальных географических маршрутов в Интернете «наркотиком»: «теперь я только и делаю, что <...> слежу, не останавливаясь, за схемами и маршрутами»[409].

Таким образом, бесконечность, как ещё одна объективная характеристика фрактальной структуры, направляет нас к пониманию современного медиапространства как континуума. В рамках данного исследования «континуум»

---

[408] Дворко Н.И. Режиссура мультимедиа. Генезис, специфика, эстетические принципы. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора искусствоведения. М., 2004. С. 47.

[409] Сдобнов С. «Я открыл для себя наркотик»: заметки Умберто Эко об электронной почте, компьютерах и интернете//Теории и практики. URL: http://special.theoryandpractice.ru/eco-internet (дата обращения 09.02.2017).

понимается как непрерывная совокупность процессов, явлений и проявлений медиапространства и времени. Такое трактование соотносится с провёденным М.Кастельсом анализом понятий времени и пространства в условиях информационального общества[410]. Л.М.Землянова отмечает: «Примечательны в этом отношении идеи Кастеллса о переосмыслении понятий времени и пространства <…>, которые в условиях информационального общества тоже начинают подчиняться его сетевой логике. <…> Пространство кажется лишённым локальности, а время – безвременным континуумом, если полагать, что жизненные ситуации и процессы зависят от безвременных и безлокальных потоков информации, которые в сетевом обществе управляют всеми сферами жизни»[411].

Именно принципом фрактальности и контекстуально связанными с ним понятиями самоподобия и бесконечности объясняется эволюция современных экранных произведений, по сути, в художественные среды, создание которых необходимо начинать с конструирования особого пространства (от «лабиринта» в интерактивном спектакле[412] до «мира» серии литературных произведений, или так называемой «кинематографической Вселенной») и продолжать составлением карты этого мира, предполагающей наличие множества разработанных альтернативных маршрутов. В индустрии видео- и компьютерных игр подобный подход является во многом очевидным и нативным, однако в среде практиков отечественного кинематографа и телевидения он все ещё нередко воспринимается как метафора, которой, несомненно, более не является.

Важно, что для медиасферы сегодня свойственная сложная диалектика отношений между подобием и бесконечной самовоспроизводимостью, с одной стороны, и поливариантностью, – от художественных решений до вариантов развития событий в альтернативных вымышленных Вселенных, – с другой, и диалектика эта неизбежно трансформирует экранную эстетику.

---

[410] Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

[411] Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков (проблемы и приоритеты) // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетия / Отв. редакторы Я.Н.Засурский и Е.Л.Вартанова. – М.: Изд-во Моск. Гос ун-та, 2000. – С.73.

[412] Как, например, в интерактивном спектакле «A game of you» коллектива Ontroerend Goed.

Упомянутая поливариантность художественных решений подробно анализировалась Л.Мановичем[413], и её необходимо упомянуть в рамках этой главы, так как она также привнесена в художественную экранную практику с развитием компьютинга. Рассмотреть пару подобие/поливариантность можно на примере компьютерных эффектов в экранных искусствах. Так, с одной стороны, сегодня наблюдается поток вплетения растиражированных «классических» голливудских спецэффектов, таких как, например, «Bullet time» в любительские экранные нарративы, за счёт появления технической возможности его низкобюджетной реализации, наряду с неисчислимым множеством других сверхдоступных спецэффектов, также ранее характерных лишь для высокобюджетного кинематографа. С другой стороны – каждый из этих эффектов состоит из практически бесконечного количества технических параметров, которые любой автор может до бесконечности же изменять, видоизменяя таким образом и финальный результат. Таким образом, мы приходим к тезису, согласно которому фрактальное самоподобие современного медиа- и экранного дискурса выводит на передний план различия подобных элементов структуры или частей системы.

Наряду с бесконечностью технических параметров, посредством которых компьютерные технологии «разбирают на атомы» практически любой художественный приём, незавершаемость экранного дискурса имеет ещё одно весомое технико-технологическое обоснование, которое можно обозначить как «неисчерпаемость» ресурсов. Речь идёт не только о роли Интернета, как глобального «видеоархива», но и о влияние состоявшегося перехода производства экранного продукта с физического носителя, – плёнки, на носитель «виртуальный», цифровой, что и привело к определённой «избыточности» количества как ресурсов, так и творческих решений. Широко известен тот факт, что плёнка всегда была одним из самых дорогостоящих инструментов кинопроизводства, и необходимость строгого контроля её расхода накладывала весомый отпечаток на креативный и творческий процесс: неслучайно, например, в

практике советского кинематографа тщательному предварительному планированию уделялось пристальное внимание.

Классик американской монтажной школы У.Мёрч в своей книге «В мгновении ока» рассказывает, что до вступления в «эпоху компьютинга» у режиссёра-постановщика и режиссёра монтажа было крайне ограниченное число попыток не только съёмки, но и организации собственного материала в монтаже. У.Мёрч неоднократно подчёркивает, насколько творческий процесс монтажа плёночного материала отличался от монтажа цифрового, и как именно эта, «технологическая», разница впоследствии определяла эстетику, стиль и ритм финального монтажного решения кинокартины[414].

Программы нелинейного монтажа и современные физические носители с постоянно возрастающим объёмом памяти (сегодня на кино- и телестудиях в повседневной работе нередко используются носители с объёмом виртуальной памяти, исчисляемой терабайтами[415]), привели к тому, что у режиссера, режиссера монтажа и даже оператора существенно повысился лимит «попыток»: дублей, вариантов монтажа, ракурсов и точек съёмки. Цифровая память при правильной организации процесса производства экранного продукта может быть практически неисчерпаемой, а дороговизна и хрупкость физического носителя видео- и аудиоряда перестала быть определяющим фактором. Кроме того, важно подчеркнуть, что техническая и технологическая цепочка производства экранного продукта, построенная на крупной студии, может быть в точности воспроизведена в рамках «студии» любительской, за счёт доступности профессионального и полупрофессионального оборудования.

Парадоксальным образом подобная «неисчерпаемость» ресурсов на всех уровнях кино- и телепроизводства может привести к проблемам: например, к недостатку предварительного планирования и спонтанности основополагающих творческих решений, принимаемых непосредственно в процессе производства художественного продукта, как это, в частности, случается в практике

---

[414] Murch W. In the blink of an eye (new edition): A Perspective on Film Editing. Silman-James Press, 2001. – 146 с.

[415] Терабайт (англ. terabyte; Тбайт; ТБ) – единица измерения количества информации, равная 1 099 511 627 776 стандартным (8-битным) байтам или 1024 гигабайтам. Применяется для указания объёма памяти в электронных устройствах.

современного отечественного кинематографа. С другой стороны, количество отснятого и записанного рабочего материала в разы повышает потенциальное количество творческих решений для различных этапов постпроизводства и продвижения конечного продукта, а возможность его практически бесконечного хранения в Интернете или на физических носителях, так называемых, «жёстких дисках» (от англ. hard drive) позволяет снова и снова возвращаться к имеющимся ресурсам.

В кинопроцессе, в частности, подобная «многоресурсность» выражается в насыщении медиапространства всяческими дополнительными игровыми или документальными материалами, сопровождающими какой-либо художественный нарратив. Примерами могут служить многочисленные фильмы и видео «о съёмках», так называемые «bloopers» – смешные дубли, «трейлеры» (англ. trailer, рекламный ролик для фильма с чёткой драматической структурой), «тизеры» (англ. teaser, интригующий фрагмент экранного произведения), художественные «футажи» (англ. footage, художественная компиляция фрагментов фильма и дополнительных отснятых материалов, чаще всего демонстрируемая на специальных событиях для профессионалов кино- и телепроцесса, кинорынках, фестивалях и т.д.). Важно отметить, что в том числе и за счёт этих материалов, в конечном итоге, экранное произведение эволюционирует в сложную систему, отвечающую фрактальной логике «эпохи компьютинга» – каждое отдельное экранное произведение выступает как элемент общей децентрализованной системы, бесконечной, самоподобной и многоуровневой.

Не менее важным вектором, который задаёт тенденция избытка видео- и аудиоматериалов, является альтернативность, точнее, сочетание альтернативных вариантов одного экранного нарратива в рамках единой повествовательной системы. Любопытно, что альтернативная семантика вымышленных миров экранного произведения может достигаться на уровне самых простых производственных решений. Так, например, одна и та же сцена в кинокартине, смонтированная разными режиссёрами монтажа, может заключать в себе диаметрально противоположное смысловое наполнение. Это явление

наблюдалось в экранных искусствах и ранее, однако никогда прежде в руках режиссёров монтажа не было сосредоточено такое количество исходного материала, позволяющего формировать все новые точки зрения внутри экранных нарративов.

Подобная тенденция может быть проиллюстрирована одной из уже существующих на сегодняшний день функций интерактивного телевидения[416], при которой зрителю предоставляется возможность посмотреть на происходящее на экране (например, спортивное состязание), с разных точек зрения.

Альтернативность позволяют соотносить принцип фрактальности современной медиасферы с новейшими теориями фабулы, касающимися, в частности, фабулы мультиверсной, оперирующей таким актуальным для современных экранных искусств понятием, как семантика возможных диегетических миров. Различия между подобными вымышленными мирами играют ключевую роль. Нагляднее всего это реализуется в комикс-культуре, где создание «альтернативных» Вселенных с одними и теми же героями – общепринятая практика.

Итак, сегодня медиапространство представляет из себя фрагментарный полиэкранный континуум со сложной фрактальной структурой, то есть представляющей собой самоупорядочивающийся информационный хаос – скорее в математическом, нежели обывательском понимании этого понятия, моделирующий себя по принципу бесконечного повторения, вложения, разветвления и последовательного масштабирования самоподобных структур, симбиотические взаимосвязи между которыми выстроены на основе

---

[416] Интерактивное телевидение – термин на текущий момент не вполне определенный, относящийся равно как к технологии, так и к способам ее практического применения. Может означать телевидение с доступом к дополнительным материалам и ресурсам, опубликованным в сети Интернет. Эти ресурсы могут подразумевать онлайн-игры, сюжетно связанные с демонстрируемой телепрограммой; интернет-магазины, тематически соотносящиеся с телеконтентом; и, наконец, доступ к разноплановой дополнительной информации о просматриваемой передаче или фильме, что отвечает тенденции превращения пассивного зрителя в активного исследователя. Также ИТ может означать технологически обеспеченную возможность для зрителя создавать свой «собственный» телеканал, формируя индивидуальную сетку вещания. Экспериментальные опции интерактивного телевидения чаще всего фокусируются на обеспечении аудитории правом непосредственно влиять на сюжет фильма или телепрограммы. Важно подчеркнуть, что подобные сложные интерактивные функции всегда нуждаются в дополнительном канале, по которому отправляется информация от пользователя. В роли такого канала, помимо мобильного телефона может выступить компьютер, планшетный компьютер или мобильный телефон. В качестве примера можно привести финский телесериал «Случайные любовники» (Accidental Lovers, Финляндия, 2006-2007, реж. М.Л.Туомола). Во время его демонстрации зрители могли отправлять СМС-сообщения, содержащие в себе определенные ключевые слова, которые влияли на развитие сюжета и впоследствии приводили к трем различным финалам.

повторяющихся алгоритмов.

Современная медиасфера проявляют фрактальную самоподобную множественность на разных уровнях. Частным проявлением фрактальности экранного дискурса является «повторное воплощение конкретного сюжета в рамках одного вида искусства», то есть ремейк (от англ. remake)[417] или же креативная «переработка» того или иного художественного продукта/продуктов – ремикс (от англ. remix). Эти направления, подробно рассматриваемые во втором параграфе данной главы на конкретных примерах, наглядно отражают основополагающий для фрактальности современной медиасферы закон: в ситуации, когда экранные нарративы подобны друг другу либо же самоподобны, на передний план выходят именно различия между ними, и одно из ключевых направлений данного раздела текущего исследования – выяснить, в чем заключается специфика этих различий.

Итак, структура современного медиапространства нелинейна и опирается на принцип подобия и алгоритм ветвления. Этот тезис может быть наглядно проиллюстрирован господствующей сегодня «культурой ремикса»[418], а точнее, англоязычным понятием, введенным в обращение и подробно анализируемым Л.Мановичем, – remixability[419], означающее «способность стать исходным материалом для ремикса», «ремиксовость», применительно к конкретному произведению, или «способностью производить множество ремиксов», если говорить о современном медиапространстве в целом. Далее в данном исследовании будет применяться также наиболее близкие к переводу термины «вариабельность», изменчивость (хотя точнее было бы переводить «потенциал, способность к изменчивости»).

Американский режиссёр и исследователь природы ремикса К. Фергюсон

---

[417] Пархоменко Я.А. Художественная природа ремейка в контексте современного экранного искусства. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения. – М., 2011. URL: http://www.ipk.ru/index.php?id=2198 (дата обращения 09.02.2017).

[418] Культура ремикса, культура ремиксов, культура чтения-записи (англ. remix culture) – тип культуры производства художественного и/или информационного продукта, при котором позволяется и поощряется объединение или редактирование уже существующих культурных артефактов. Популяризатор термина – профессор права из Гарварда Лоуренс Лессиг характеризует идею культуры ремикса как ключевую для цифровой эпохи.

[419] Manovich L. Remixability and modularity//Manovich.net, 2005. – 12 с. URL: http://manovich.net/index.php/projects/remixability-and-modularity (дата обращения 10.02.2017); Manovich L. Deep Remixability//Artifact, 2007. Т.1, №2, с. 76-84.

трактует словосочетание «создавать ремикс» так: «комбинировать или редактировать существующий материал с целью создать что-то новое». Важно различать между собой родственные, но не идентичные понятия, актуальные для современного медиапространства: ремикс (англ. remix), римейк/ремейк и ремастеринг (англ. remastering), подразумевающий технологическую обработку оригинального экранного продукта, нацеленную на его «осовременивание».

В рамках нашего исследования целесообразно соотнести remixability с понятием топоса, то есть «устойчивой, шаблонной схемы», как его трактует У.Эко в своей классической работе «Роль читателя: Исследования по семиотике текста»[420]. Исследователь археологии медиа и экранологии Э.Хухтамо, в свою очередь, определяет топос как «определенную формулу, идею, опыт, который повторяется снова и снова»[421]. Подобные схемы, формулы и шаблоны, в частности, сюжетные, обладают высокой степенью вариабельности, потому что фактически выступают в роли узнаваемых «каркасов», на которые могут наслаиваться множественные креативные стилевые решения, авторские интенции и смысловые интерпретации. Ещё один термин, безусловно, нуждающийся в упоминании в этом контексте – понятие из англоязычной художественной практики – «pre-awareness», в дословном переводе означающее «пред-информированность» или, точнее, предварительную осведомлённость. Это свойство аудитории, которая информирована, знакома с сюжетом, героем или любым другим элементом того или иного произведения, что позволяет вводить данный элемент в произведение новое, по инерции перенося также накопленную зрительскую симпатию, лояльность и т.д. Подобная осведомлённость помогает аудитории считывать «код» интертекстуальной отсылки произведения к другому произведению. Аудитория «пред-информирована» о сюжете или персонажах нарратива (это характерно, в частности, для поклонников индустрии комиксов), и это обеспечивает не просто «двойное видение» просвещенного зрителя/читателя, а даже тройное, и далее по возрастающей шкале, – видение, подразумевающее

[420] Эко У. Роль читателя: Исследования по семиотике текста. – СПб.: Симпозиум, 2007. С.472.
[421] German I. Эволюция технологий: Эркки Хухтамо о том, чем занимаются археологи медиа // Теории и практики. URL: http://theoryandpractice.ru/posts/10145-arkheologiya-media (дата обращения 10.02.2017).

достраивание смысловых взаимосвязей даже там, где они не были изначально задуманы авторами.

Ремиксы, явные и скрытые, буквально «пронизывают» современную медиасферу. Неслучайно, например, редакторы образовательной онлайн-платформы futurelearn.com (в переводе с английского – «образование будущего»), анонсируя курс, посвящённый Гансу Христиану Андерсену, аргументированно соотносят классические сюжеты его сказок с самыми современными и успешными продуктами западного телевидения и кинематографа. Так, по мнению редакции, в основе анимационных фильмов «Холодное сердце» (Frozen, США, 2013, реж. К.Бак, Дж.Ли) и «История игрушек» (Toy Story, США, 1995, реж. Дж.Лассетер) лежат соответственно «Снежная королева» и «Стойкий оловянный солдатик»; американский телесериал «Империя» (Empire, США, 2015-2016…, продюсеры Л.Дэниелс, Д.Стронг) базируется на иронической сказке «Неуклюжий Ханс», а любое современное «шоу талантов», всевозможные вариации «фабрик по производству звезд» – не что иное, как интерпретация архетипического «Гадкого утенка»[422].

В своём масштабном четырехчастном видеоисследовании, «Все на свете – ремикс» (Everything is a Remix, США, 2010-2014), К.Фергюсон приходит к выводу, что любой креативный и творческий процесс, в сущности, тождественен процессу создания ремикса и состоит из трёх этапов: «создание копии» (англ. copy), «трансформация» (англ. transform), «комбинирование, конфигурация» (англ. combine). Автор доказывает, что такое положение вещей не только характерно для современности, но всегда лежало в основе творчества как такового. Сегодня же последствия социальной и культурной эволюций привели к созданию своеобразного «культа» интеллектуальной собственности и её «яростной» юридическо-правовой защите (часто с целью извлечения экономической выгоды). При этом развитие технологий привело к недостижимой прежде «технической» лёгкости создания ремикса практически на любое

[422]#WheresHans: Where do Hans Christian Andersen’s fairy tales pop up in contemporary culture?//FutureLearn. URL: https://about.futurelearn.com/blog/whereshans-where-do-hans-christian-andersens-fairy-tales-pop-up-in-contemporary-culture/ (дата обращения 10.02.2017).

произведение. Опираясь на результаты исследования К.Фергюсона, мы можем предположить, что в совокупности эти два фактора: искусственное правовое ограничение возможности создавать ремиксы, с одной стороны, и крайне благоприятные для их производства техническая, технологическая и информационная среды, с другой, и вывели феномен «remixability» в ряд наиболее актуальных для исследований характеристик современного медиапространства.

Результаты бесконечного самоподобия в аудиовизуальных искусствах могут рассматриваться и с негативной стороны, как причина возникновения множественных штампов и клише, которыми перенасыщена сегодня, в частности, визуальная культура. Например, развлекательный интернет-портал о культуре twistedsifter.com опубликовал ироническую заметку о клише в современных кинопостерах (киноафишах), выделив десять основных визуально-композиционных решений и приведя множество примеров их практически идентичной реализации[423]. С другой стороны, К.Фергюсон, отмечая, что фильм американского режиссёра К.Тарантино «Убить Билла» (Kill Bill, США, 2003), вследствие количества переработанных киноцитат, фактически представляет собой не кинокартину, а киноколлаж, явно не ставит под сомнение его собственную художественную ценность.

Интересный пример ремикса – резонансный и спорный с художественно-эстетической точки зрения продукт массовой культуры, трилогия «Пятьдесят оттенков серого» (E.L.James. Fifty shades of Grey, 2011-2012 гг.). Первый роман из трилогии возник как образец жанра фанфикшн[424], посвященный другому комплексному проекту под общим названием «Сумерки» (англ. Twilight), пользующемуся мировой популярностью и включающему в себя серию романов (S.Meyer. Twilight, New Moon, Eclipse, Breaking Dawn, 2005-2008 гг.), успешную кинофраншизу «Сумерки. Сага», состоящую из пяти одноименных

---

[423] 10 Funny Movie Poster Cliches. //TwistedSifter. URL: http://twistedsifter.com/2011/11/10-funny-movie-poster-cliches/ (дата обращения 10.02.2017).

[424] Фанфик, фанфикшн (англ. fan fiction, дословный перевод – «художественная литература поклонников») – литературная разновидность творчества «фанатов» (преданных поклонников) популярных произведений искусства, в которой могут быть использованы персонажи, сюжет и элементы вымышленной «Вселенной» родоначального произведения: продолжения культовых произведений, пародии, «альтернативные Вселенные», «кроссоверы» (англ. crossover) – креативные «переплетения» разных произведений в рамках одного; тексты из направлений «пэйринг» (от англ. pair – пара) и «шиппинг» (англ. relationships – отношения), то есть посвященные романтическим отношениям персонажей.

экранизаций (Twilight Saga, США, 2008-2012 гг., реж. К.Хардвик, К.Вайц, Д.Слэйд, Б.Кондон) и графический роман (Y.Kim, S.Meyer. Twilight: The Graphic Novel, 2010). Писательница Э.Л.Джеймс опубликовала свою литературную фантазию, посвящённую взаимоотношениям центральных персонажей «Сумерек». Впоследствии «фанфик» под названием «Повелитель Вселенной» (англ. Master of the Universe) был изъят из Интернета, а имена героев и детали сюжета скорректированы. Так родилась отдельная литературная трилогия, формально ни чем не связанная с «Сумерками». В 2015 году первая часть трилогии «Пятидесяти оттенков серого» была экранизирована (Fifty Shades of Grey, США, реж. С.Тейлор-Джонсон); еще до окончания официального проката картины было объявлено о последующей экранизации двух оставшихся частей.

Любопытно, что «вариабельность» исходного проекта «Сумерек» базируется на том, что в его основе лежит архетипический сюжет «Красавица и чудовище». Таким образом, «Сумерки» сами по себе являются ремиксом. В экранизации первой части «Пятидесяти оттенков серого» есть любопытная косвенная отсылка к ещё одной «хрестоматийной» вариации классического романтического сюжета об отношениях прекрасной девушки и нестандартного и даже пугающего героя, а именно: к «Гордости и предубеждению» Дж.Остен (англ. Pride and Prejudice, 1813 г.) Роль матери главной героини исполняет актриса Дженнифер Эль, которая в сознании большинства женщин от двадцати пяти до сорока пяти лет (фактически представительниц целевой аудитории «Пятидесяти оттенков...») неразрывно связана с персонажем Элизабет Беннет, роль которой была исполнена ею в культовой многосерийной экранизации романа Дж.Остен в 1995 году (Pride and Prejudice, Великобритания, 1995г., реж. С.Лэнгтон).

В 2010 году была выпущена отечественная кинокартина «Цветок Дьявола» (реж. Е.Гроховская), вторичность сюжета и стилистики которой по отношению к «Сумеркам» очевидна и специально подчёркивалась создателями в промо-материалах. В 2015 году на экраны вышел отечественный фильм в жанре фэнтези «Он – дракон» (реж. И.Джендубаев), представляющий собой ремикс-версию «Красавицы и чудовища» и ориентированный на ту же зрительскую категорию,

которую в качестве целевой аудитории заявляли «Сумерки» – подростки, преимущественно женского пола.

В свою очередь, классическая версия «Красавицы и чудовища» в начале XXI века выдержала три телеэкранизации – в 2009 году (Beauty and the Beast, Австралия-Канада, реж. Д.Листер); 2012 (Beauty and the Beast, 2012-2016 гг., Канада, продюсеры Ш. Купер-Ландсман, Дж.Левин) и 2014 году (Beauty and the Beast, Италия-Испания, реж. Ф.Коста), а также три киноэкранизации – в 2005 (Beauty and the Beast, ЮАР-Великобритания, реж. Д.Листер), 2014 (La belle et la bête, Франция-Германия, реж. К.Ганс), 2017 (Beauty and the Beast, США, реж. Б.Кондон). По указанной фильмографии несложно пронаблюдать, как разными ремиксами базового сюжета может заниматься один и тот же режиссёр.

Подобную воспроизводимость одного и того же сюжета любопытно рассматривать на примере ещё одного феномена современных экранных искусств, а именно: *синхронной* экранной реализации аналогичных по сюжетике экранных произведений. В качестве примеров из зарубежной кинематографической практики можно рассмотреть голливудские кинокартины «Белоснежка: месть гномов» (Mirror Mirror, США, 2012 г., реж. Т.Сингх) и «Белоснежка и охотник» (Snow White and the Huntsman, США, 2012 г., реж. Р.Сандерс). Оба фильма вышли на экраны в 2012 году и интерпретируют одноименную классическую сказку. В этом же году были выпущены две кинобиографии знаменитого голливудского режиссёра Альфреда Хичкока: «Хичкок» (Hitchcock, США-Великобритания, 2012 г., реж. С.Джерваси) и «Девушка» (The Girl, ЮАР-Германия, 2012г., реж. Дж.Джаррольд). Две биографические ленты, посвящённые писателю Трумену Капоте, а точнее истории написания его книги «Хладнокровное убийство»: «Капоте» (Capote, Канада-США, реж. Б.Миллер) и «Дурная слава» (Infamous, США, реж. Д.МакГрат), вышли на экраны в 2005 и 2006 годах, с разницей в несколько месяцев. В качестве более «приземлённого» примера практически синхронного рассмотрения одного и того же сюжета, в основе которого, тем не менее, уже не лежит какое-либо классическое произведение или биография, можно привести американские романтические комедии «Секс по

дружбе» (Friends with Benefits, США, реж. У.Глак) и «Больше чем секс» (No Strings Attached, США, реж. А.Райтман), увидевшие свет друг за другом в 2011 году. В интернет-среде сегодня создаются целые списки примеров синхронно выпущенных фильмов с практически идентичным сюжетом.

В англоязычной интерпретации подобные кинокартины называются «twin movies/films» (фильмы-близнецы). Определяющим для этого понятия выступает именно фактор времени выхода картин на экраны, так как схожесть сюжетов сама по себе уже не может сегодня выглядеть чем-то феноменальным. Среди причин производства картин-близнецов указывается в том числе промышленный шпионаж и синхронная реакция продюсеров на актуальные идеи, однако мы склонны называть в качестве основной предпосылки специфику самого современного медиапространства.

Существуют примеры не прямого, а косвенного подобия в сюжетике двух экранных произведений. В 2016 году на экраны кинотеатров вышли кинокартины «Бэтмен против Супермена: На заре справедливости» (Batman v Superman: Dawn of Justice, США, реж. З.Снайдер) и «Первый мститель: Противостояние» (Captain America: Civil War, США, реж. Э.Руссо, Дж.Руссо). Номинально эти ленты не могут и не должны быть связаны между собой, так как их действие разворачивается во двух конкурирующих и, по сути, взаимоисключающих «кинематографических Вселенных»: DC и Marvel соответственно. Однако оба кинофильма посвящены одинаковому явлению, культовому для культуры комиксов: гражданской войне между культовыми же положительными супер-героями (в случае с фильмом «Первый мститель...» речь идёт о сверхпопулярных вымышленных персонажах: Капитане Америка и Железном человеке). Для поклонников комиксов сопоставление двух картин, а точнее, двух кинематографических подходов к раскрытию культовой темы представляет особый интерес. Сама потенциальная возможность этого сопоставления создаёт вокруг двух кинопроизведений дополнительный медийный резонанс и даёт яркий информационный импульс, позволяющий им перемещаться в медийном пространстве и привлекать внимание даже аудитории, далёкой от комикс-

культуры.

В отечественной телевизионной практике нередко встречается феномен «сериалов-близнецов». В 2014 году в России и Украине были произведены два сериала: «Улыбка пересмешника» (реж А.Рудаков) и «Гречанка» (реж. И.Забара, И.Громозда, М.Ткачёва). В этих сериалах схожи не только сюжеты, рассказывающие о сложной судьбе молодой девушки, в браке связавшей свою судьбу с нечестным человеком (драматические перипетии, через которые проходят героини в ряде случаев зеркально повторяют друг друга). Актёр Алексей Фатеев исполняет в обоих сериал практически одну и ту же роль спасителя главной героини. Любопытно, что образы героинь визуально ориентированы на персонажей классических сказок – Золушки в «Улыбке пересмешника» и Белоснежки в «Гречанке». Это подтверждается единственным важным различием в сюжетике сериалов: в «Улыбке...» главный враг героини – «сказочный принц», сбросивший маску после свадьбы. В «Гречанке» роль антагониста принадлежит матери жениха, то есть «злой мачехе». Обо сериала демонстрировались на Первом канале.

В 2014 году на телеканале «Россия» демонстрировался сериал «Екатерина» (реж. А.Баранов, Р.Сабитов), основанный на биографии российской императрицы, а уже в 2015 на Первом канале вышел телесериал «Великая» (реж. И.Зайцев). Интересно, что даже названия двух экранных произведений вместе составляют единое исторически устоявшееся «прозвище» Екатерины Второй. Хронологические и сюжетные рамки обоих сериалов совпадают и отражают период пришествия молодой императрицы к власти. К принципу подобия отсылает и стилевое оформление обоих телесериалов. Так, музыкальное оформление вступительных титров сериала «Екатерина» настолько очевидно перекликается с главной музыкальной темой популярного многосерийного американского сериала в жанре фэнтези «Игра престолов» (Game of Thrones, США, Великобритания, 2011-2018 гг., продюсеры Д.Бениофф, Д.Б.Вайсс), что его фактически можно рассматривать, как ремикс (неслучайно этот термин впервые возник именно в музыкальной индустрии), а вступительная музыкальная тема

«Великой» отсылает к главной теме кино-франшизы «Пираты Карибского моря» (Pirates of the Caribbean, США, 2003-2017 гг., продюсер Дж.Брукхаймер).

Надо отметить, что приёмы художественного оформления экранного нарратива в отечественной практике нередко заимствуются из западного кино- и телепроцесса. Так, например, «заставка» к сериалу «Дорога домой» (реж. В.Бабенко, 2014г.) полностью копирует оригинальный художественный приём двойной экспозиции и музыкальную тему, использованный в резонансном американском телесериале «Настоящий детектив» (True Detective, США, 2014-2015 гг., продюсер Н.Пиццолато). Тем не менее, необходимо отметить, что подобный подход иллюстрирует скорее обеднение отечественных экранных искусств, так как вступительные титры «Настоящего детектива», в сущности, представляют собой философское видеоэссе, в котором заключены образные отсылки к центральной философской идее сериала, которой в «Дороге домой» не наблюдается. Не вполне ясно, можно ли расценивать подобное механистическое копирование, как пародию, так как целевая аудитория отечественного сериала вряд ли знакома с западным аналогом, рассчитанным на довольно узкий зрительский сегмент.

Таким образом, принцип подобия может использоваться создателями художественного экранного продукта сознательно, с целью создания медийного резонанса, ведущего к обману зрителя и извлечению материальной выгоды. Неслучайно существует такой жанр как «мокбастер» (от англ. mock — подделка, пародия) – фильм с низким бюджетом, практически идентичный по названию, сюжету и оформлению высокобюджетному оригиналу. Несмотря на то, что авторы позиционируют свой продукт, как пародию, как правило, это – просто копия, главная цель которой – интегрироваться в медийное пространство за счёт информационного шлейфа, оставленного оригиналом. Один из множества примеров – фильм «Железный человек: Тёмная сторона» (в дословном переводе с английского «Металлический человек», «Metal man», реж. Р.Каркоска), вышедший в 2008 году вслед за суперуспешным супергеройским «блокбастером» «Железный человек» (Iron man, США, 2008, реж. Дж.Фавро). Этот пример

подтверждает, насколько простым стал процесс копирования технически и технологически: вплоть до того, что копируются целые кинокартины, причём копируются массово[425].

В отечественной практике вопрос тиражирования сюжетов заключается не столько в «синхронизации сюжетики» по времени, сколько в её культурной адаптации. Этот тезис легче всего раскрыть, опираясь на практический опыт автора данного исследования, полученный за время работы в одной из ведущих российских коммерческих кинокомпаний Bazelevs. Логично, что заимствование успешных сюжетов, реализованных в зарубежной экранной практике, в таких коммерческих структурах, как студия Т.Бекмамбетова, приравнивается к заимствованию успешной бизнес-модели, которую необходимо адаптировать под особенности отечественного рынка. Начинать разработку замысла кинопроизведения с нуля нередко бывает нецелесообразно, так как это требует существенно более высоких временных затрат.

Поэтому чаще всего отечественные кинопродюсеры ещё на этапе предварительной разработки коммерческого кинопроекта чётко определяют, какие именно тематические тенденции, заимствованные в зарубежной экранной культуре, лягут в основу нового кинофильма, теле- или web-сериала. Так, например, кинофильм о выходе в открытый космос отечественного космонавта Алексея Леонова «Время первых» (реж. Киселёв), выход которого запланирован на 2017 год, на ранних стадиях производства обозначался продюсерами как «русская “Гравитация”» (Gravity, Великобритания, 2013, реж. А.Куарон), в силу заимствованной стилистики, тематики и некоторых сюжетных ходов; кроме того в качестве «референса» (то есть образца, от англ. «reference» – эталон, ориентир; этот термин наиболее часто употребляется в профессиональных кругах отечественного кино- и телепроизводства) также упоминался высокобюджетный голливудский фильм «Интерстеллар» (Interstellar, США-Великобритания, 2014, реж. К.Нолан), фактически возвративший в кино «моду» на фильмы о космосе.

---

[425] Американская кинокомпания The Asylum, специализирующаяся на производстве «мокбастеров», выпустила тринадцать таких картин только в 2015 году.

Знаковая для компании «Bazelevs» новогодняя комедия «Ёлки» (2010, продюсеры Т.Бекмамбетов и др.) позиционировалась как отечественная аналогия сверхпопулярной британской комедии «Реальная любовь» (Love Actually, Великобритания-США-Франция, 2003, реж. Р.Кертис), которая сделала чрезвычайно актуальным формат киноальманаха. Кроме того, одна из короткометражных историй, заключённая в отечественный новогодний киноальманах, и повествующая о «схватке» чиновника и «гастарбайтера» в ресторане быстрого питания «Макдональдс», в точности повторяет сюжет американской короткометражной ленты, получившей премию «Оскар», – «Свидание за завтраком» (The lunch date, 1989, реж. А.Дэвидсон).

Обратившись за примерами в другую российскую коммерческую кинокомпанию – Enjoy Movies, несложно заметить схожую ситуацию: знаковая для компании кинофраншиза «Мамы» (2012, продюсеры С.Андреасян и др.) также построена по принципу киноальманаха и отсылает к «Реальной любви»; по этому же принципу композиционно выстроены картины «Чемпионы» (2014, продюсеры С.Андреасян и др.); комедия «Беременный» (2011, реж. С. Андреасян) использует сюжет американской ленты «Джуниор» (Junior, США, 1994, реж. А.Райтман). Любопытно, что глава компании, режиссёр С.Андреасян изобретает очень чёткую формулировку для описания подхода Enjoy Movies к адаптации удачных западных художественных решений к отечественному кинопроцессу, характеризуя его как стремление «попасть в сиюминутный кинематографический тренд»[426].

Сериальная продукция на отечественном телевидении также нередко базируется на заимствованных западных сюжетах. Говоря же об авторском, «артхаусном» российском кинематографе можно заметить аллюзии на классические литературные сюжеты, как, в частности, в фильме режиссёра В. Сигарева «Страна ОЗ» (2015), само название которого отсылает к первоисточнику.

---

[426] Гайков П. Сарик Андреасян: «Голливуд убил независимый кинематограф»//РИА Новости. URL: https://ria.ru/interview/20160331/1400356836.html (дата обращения 10.02.2017).

Тем не менее, в 2015 году с молодёжным триллером, произведённым компанией Bazelevs, «Убрать из друзей» (Unfriended, США-Россия, реж. Л. Габриадзе) сложилась прямо противоположная ситуация. Картина, выдержанная в формате «десктоп-фильма», при котором все действие разворачивается как будто на мониторе компьютера (точнее, во время компьютерной skype-конференции главных героев) оказалась настолько успешным и резонансным проектом, что не только обеспечила себе потенциальное продолжение, но и явно послужила вдохновляющим импульсом для крайне схожего по сюжету, жанру и общему стилевому решению триллеру немецкого производства: «Запрос в друзья» («Friend request», Германия-ЮАР, 2016, реж. С.Верхоэвен). Кроме того, в американском сериале «Американская семейка» (Modern family, США, 2009-настоящее время, продюсеры К.Ллойд, С.Левитан) целый эпизод под название «Связь утеряна» (англ. Connection lost, 2015) выдержан в стиле «десктоп-фильма». Даты выхода «Убрать из друзей» и указанного эпизода, позволяют предполагать, что создателей сериала вдохновила именно картина Л.Габриадзе. Таким образом, сюжет и принципиальное стилевое решение киноленты, номинально произведённой отечественной кинокомпанией, «тиражируется» компаниями западными.

Также необходимо отметить, что в последние годы Bazelevs выпустил ряд успешных оригинальных, не основанных на западных аналогах, проектов. В частности, примерами могут послужить картины режиссёра Ж. Крыжовникова «Горько!» (2013) и «Самый лучший день» (2015). Учитывая ярко выраженную коммерческую ориентацию компании логично было бы усмотреть в этом зарождающуюся тенденцию движения маятника отечественных производителей в пользу максимально «неявных» сюжетных и стилевых ремиксов, однако, на данный момент это – лишь предположение, так как главные кинопремьеры компании «Базелевс» вновь посвящены картинам-ремиксам: «Бен-Гур» (США, реж. Т.Бекмамбетов) и «Ёлки-5» (продюсеры Т.Бекмамбетов и др.).

С нашей точки зрения, целесообразно предположить, что сама по себе синхронизация сюжетики – скорее именно характеристика, а не проблема

современной экранной культуры и медиапространства. Во-первых, невозможно игнорировать маркетинговую составляющую современного кино- и телебизнеса, которая приводит к неизбежному тиражированию успешных/ярких/актуальных сюжетов. Во-вторых, современная аудитория привычна к самой идее ремикса и даже к своеобразной эстетике этого явления, чему способствует накопленная культурная память.

Важно, что сегодня аналогичность сюжетов в экранных искусствах не воспринимается аудиторией, как нечто негативное, в то время как роль оригинального стилевого и/или жанрового осмысления каждой идентичной истории резко возрастает. Механистическое копирование стилевых решений, оформляющих нарратив, не преследующее цели появления третьего смысла – важной черты любого ремикса, вызывает раздражение аудитории и контекстуально связывается с плагиатом и множественным воспроизведением одного и того же клише.

Например, в рассматриваемой выше компании Bazelevs всегда существовала практика заимствования так называемого «голливудского» или «американского» монтажа. Это понятие не подразумевает каких-то конкретных приёмов, а скорее отсылает к совокупности наиболее популярных в зарубежной экранной продукции монтажных и звуковых решений и поддержанию динамики и эмоционально-смысловой доминанты экранного зрелища. В конце концов, подобный «акцентный», яркий, экранно-повествовательный стиль стал так характерен для продукции компании, что в профессиональных кругах появился термин «базелевсовский монтаж», «по-базелевсовски», и т.п. Однако для широкого зрителя эти нюансы никогда не играли решающего значения, и заимствованная стилистика, как таковая, не спасала продукцию компании Bazelevs, так же как и других отечественных компаний, от суда требовательной категории зрителей, в случаях когда сюжетная составляющая картин не была достаточно проработана.

Таким образом, мы склонны утверждать, что сегодня, в условиях свободного движения нарративов в медиапространстве, их усиленного

тиражирования, ведущего порой к рассмотренной выше симметричной наррации, лидирующие позиции с точки зрения успешной реализации художественного замысла экранного произведения занимает его оригинальное стилевое и формальное осмысление.

Живыми примерами из отечественной практики могут послужить недавние смелые проекты кинокомпании, находящейся в фокусе данного параграфа, Bazelevs: караоке-комедия «Самый лучший день» (2015, реж. Ж.Крыжовников); экспериментальный боевик «от первого лица» – «Хардкор» (Hardcore Henry, Россия-США, 2015, реж. И.Найшуллер), и упомянутая выше десктоп-картина «Убрать из друзей» (Unfriended, США-Россия, 2015, реж. Л.Габриадзе).

«Самый лучший день» – картина, практически идеально вписанная в культуру ремикса. Фильм основан на пьесе А.Н. Островского «Старый друг лучше новых двух» и выстроен как мюзикл: повествовательные эпизоды чередуются с музыкальными номерами, которые представляют из себя яркий гибрид из переработанных широко известных музыкальных композиций, хореографических номеров и текста, расположенного внизу кадра и меняющего цвет по принципу караоке. Текст добавлен в музыкальные номера, чтобы зрители во время просмотра могли подпевать персонажам.

Ряд критиков признал третью полнометражную картину Ж. Крыжовникова неудачной и отметил наличие в ней своего рода «авторемиксов»: режиссёр «опять карнавально выворачивает свадебные ритуалы, вновь зачем-то прибегает к ненужному found footage и, наконец, буквально заливает фильм водкой»[427], и снимает «просчитанный продюсерский проект, аккумулирующий все козыри из прошлых фильмов <...> субъективную камеру, шашлыки, костюм десантника, пьяную оргию у бассейна <...>, хоровое пение народных хитов, наконец»[428].

Однако в контексте данной работы важно, во-первых, наличие указанных повторенных приемов, обозначенных как субъективная камера и found footage, в совокупности составляющие актуальную сегодня стилизацию под любительское

[427] Долин А. «Самый лучший день» Жоры Крыжовникова: пой, да дело разумей. URL: https://daily.afisha.ru/cinema/93-samyj-lchshij-den-zhory-kryzhovnikova-poj-da-delo-raz (дата обращения 10.02.2017).
[428] Корецкий В. Пьёт – значит, любит. «Самый лучший день» Жоры Крыжовникова: почему это простительно. URL: http://www.colta.ru/articles/cinema/9721 (дата обращения 10.02.2017).

видео, которое вполне целесообразно повторять. В комедии ярко обыгрываются и другие социокультурные феномены современности, такие как «селфи»[429] и социальные сети. Во-вторых, «Самый лучший день» интересен как редкая для отечественного кинематографа попытка вывести зрителя из пассивного состояния во время кинопросмотра, включить его в действие, и таким образом трансформировать экранный нарратив в интерактивный опыт, используя все доступные фильму, относящемуся к жанру «русского новогоднего блокбастера»[430], средства.

«Хардкор» – картина, сочетающая в себе оригинальное стилевое осмысление известного приёма и удачное «медийно-шумовое» сопровождение. История создания фильма к 2016 году практически мифологизировалась: тремя годами ранее, будучи солистом независимой рок-группы Biting Elbows, Илья Найшуллер лично срежиссерировал два музыкальных клипа коллектива: «The Stampede» (2011) и «Bad Motherfucker» (2013).

Оба клипа соответствовали трем ключевым параметрам, впоследствии определившим концепцию «Хардкора»: 1) съёмка «от первого лица», 2) множество сцен насилия, преподнесённых со своеобразной иронией, 3) схематичность сюжета. Клипы, по сути, представляют собой две части одной истории. Если бюджет первого клипа, по словам режиссёра[431], составил пятьсот долларов США, то для съёмок второго авторы смогли найти спонсоров и впоследствии бюджет не разглашали. Оба клипа стали «хитами» видеохостинга YouTube.

В конечном итоге, количество онлайн-просмотров и гиперссылок на эти музыкальные видеоклипы привело к тому, что на Илью Найшуллера как режиссёра, а не музыканта, обратил внимание генеральный продюсер компании Bazelevs Т.Бекмамбетов, предложивший ему снять полнометражную кинокартину в стилистике нашумевших видеоклипов.

---

[429] Селфи (англ. selfie) – фотография-автопортрет, выполненная самим фотографируемым с расстояния вытянутой руки, характеризуемая особым ракурсом и композицией. Термин был популяризирован в начале второго десятилетия XX века, благодаря развитию встроенных функций фотоаппарата мобильных устройств.

[430] Блокбастер (англ. blockbuster) в экранных искусствах – высокобюджетное успешное экранное произведение-аттракцион.

Два упомянутых выше музыкальных видео Biting Elbows – это, в сущности, двухсерийный короткометражный фильм под названием «Безумный побег из офиса» (англ. Insane Office Escape). Интересно, что первая серия тематически отсылает к яркому примеру из творчества самого Т.Бекмамбетова: сцене из фильма, основанного на комиксе, «Особо опасен» (Wanted, США-Германия, 2008, реж. Т.Бекмамбетов), в которой взбешённый главный герой крушит своё рабочее место и нападает с кулаками на коллег.

Так звучит официальная версия легенды о возникновении проекта «Хардкор», которая приводит в недоумение его критиков. В первую очередь фильм Ильи Найшуллера принято «упрекать» в том, что приём экранного повествования «от первого лица» – вовсе не инновация. Это – абсолютно правильное утверждение, которое может прозвучать как из уст киноэксперта, так и обыкновенного зрителя, – настолько распространено это явление в современной экранной культуре.

Не перечисляя эталонных примеров от классиков мирового кино и возвращаясь к идее бесконечного самоподобия современного медиапространства, мы склонны упомянуть видеоклип другой отечественной рок-группы, – LoftyBand, – «Секс и виски» 2010 года, выполненный в этой же стилистике, используемой, однако, не как исключительно декоративный или экшн-прием, а как повествовательный ход. Если в экранных произведениях И.Найшуллера разворачивание истории «от первого лица» должно заставить зрителя почувствовать, что действия главного героя, демонстрируемые на экране, совершаются им самим (неслучайно слоган «Хардкора» – «Ты – главный герой»), то в «Секс и виски» суть не столько в том, что зритель видит происходящее «от первого лица», сколько в том, что он не видит самого этого *лица*, и загадка главного героя раскрывается в финале видео, создавая комический эффект. Интересно, что у видео группы LoftyBand есть и более близкий «близнец» – практически идентичный скандальный видеоролик британской группы The Prodigy 1997 года.

Инновационность «Хардкора» и предшествующих ему видео, тем не менее,

заключается не в самом художественном приёме, а в первую очередь в том, насколько виртуозно он был технически исполнен – при помощи доступных сегодня практически любому желающему камер GoPro, разработанных для съёмок так называемых «экшн-сцен» (от англ. action, действие, то есть буквально сцен, насыщенных эффектными действиями) и особых конструкций из этих камер, которые авторы фильма крепили на голову оператора.

После публикации музыкальных клипов, режиссёр отмечал: «Когда мы его выложили, я ждал, что все поймут, что можно сделать крутой экшен не за бешеные деньги. В съёмках участвовало «наверное, человек пятьдесят»[432].

Таким образом, становится яснее, что в первую очередь внимание Тимура Бекмамбетова обратил на себя харизматичный, разносторонний лидер, музыкант и режиссёр, способный самостоятельно организовать съёмочную группу и создать резонансный экранный продукт, привлекающий к себе внимание и профессиональный с технической точки зрения, но за меньшие, в сравнение с обычными кинематографическими стандартами, деньги. Описанный образ, во-первых, идеально вписывается в класс так называемых вчерашних «кинолюбителей», о формировании которого многократно говорилось и говорится в связи с развитием технологий производства и дистрибуции цифрового видео. Во-вторых, образ смелого и независимого режиссёра транслируется на весь проект целиком, обеспечивая «Хардкору» информационный шлейф экспериментального прорыва. Тот факт, что средства на завершение постпроизводства кинофильма собирались на интернет-портале indiegogo.com, нацеленном на сбор средств для малобюджетных проектов от всех желающих, лишь дополняет эту удачную и актуальную медийную легенду.

Степень творческой независимости И.Найшуллера от продюсера Т.Бекмамбетова – любопытный момент. В 2013 году режиссёр говорил о своих творческих планах так: «Мы – я и моя продюсерская команда – полтора года готовим полный метр, который будет абсолютной противоположностью такого

[432] Гольман Н. Афиша Волна: Как группа Biting Elbows пришла к успеху (Архив). [Элекронный ресурс]. URL: https://daily.afisha.ru/archive/volna/archive/biting_elbows/ (дата обращения 10.02.2017).

вот прямого экшена, как “Insane Office Escape”»[433]. Произошло прямо противоположное, и более того – в 2015 в американском издании The Hollywood Reporter говорилось об очевидных «элементах максималистского комикс-стиля Тимура Бекмабетова»[434] в «Хардкоре».

Британская газета The Guardian также отметила сходство дебюта И.Найшуллера и картин Т.Бекмамбетова, описав их как «визуально-потрясающие» и «одинаково бестолковые»[435]. В издании также критикуется один из главных козырей картины: сходство со стилистикой видео- и компьютерных игр, точнее, самоидентификация зрителя с главным действующим лицом. С целью усиления эффекта погружения аудитории в центрального персонажа, количество информации о нем в кадре и за кадром практически стремится к нулю. Загадкой остаётся и его прошлое, и звук его голоса. Обозреватель The Guardian называет картину «видеоигрой для ленивых» и замечает, что погружение зрителя в эстетику игры, относящейся к жанру «шутер» (от англ. shooter, дословный перевод – «стрелялка»), наряду с его беспомощностью, создаёт «нездоровый» эффект. Иными словами, зритель, не относящийся к категории подростков мужского пола от тринадцати до восемнадцати лет (а именно так критики чаще всего определяют целевую аудиторию ленты), и не привыкший к так называемым «кровавым» или «рельсовым» шутерам, суть которых заключается, чтобы бесперебойно уничтожать противников, может ощутить себя в странном положении: он постоянно жестоко убивает противников, и при этом ничего не решает.

Относительно эстетики игр в медийном шуме вокруг «Хардкора» встречаются и вполне рациональное предположение, согласно которому эта картина представляет собой своего рода пародию на жанр «шутера». Так например, герой актёра Ш.Копли имитирует характерное для персонажей

---

[433]Гольман Н. Афиша Волна: Как группа Biting Elbows пришла к успеху (Архив). [Элекронный ресурс]. URL: https://daily.afisha.ru/archive/volna/archive/biting_elbows/ (дата обращения 10.02.2017).
[434] Dalton S. 'Hardcore Henry': TIFF Review. URL: http://www.hollywoodreporter.com/review/hardcore-henry-tiff-review-822707 (дата обращения 10.02.2017).
[435] Hoffman J. Hardcore Henry review – plotless, characterisation-free cinema du Xbox.
URL: https://www.theguardian.com/film/2015/sep/18/hardcore-review-ilya-naishuller-plotless-cinema-du-xbox-toronto-tiff (дата обращения 10.02.2017).

компьютерных игр «подёргивание» глазом и головой в моменты нерешительности или раздумий игрока. Однако приходится констатировать, что зрители, с игровой индустрией и специфической эстетикой её продукции незнакомые, не считывают ироническую интонацию и, даже отдавая должное филигранно проработанной хореографии камеры, критикуют явное отсутствие проработанного сюжет и его абсолютную бескомпромиссную схематичность.

Тем не менее, мы склонны отметить, что «Хардкор» – это во многом прорыв для отечественной киноиндустрии, в первую очередь, вследствие технической и визуальной конкурентоспособности, что все ещё не типично для российских фильмов в жанре «боевик» или «экшн». Безусловная проблема сюжетной, смысловой и эмоциональной наполненности – это проблема не одного фильма, но практически всех картин производства кинокомпании Bazelevs, в которой к кинокартинам, в силу коммерческой ориентации, относятся в первую очередь, как к монтажу технологий и аттракционов. Любая технология, инновация, любой актуальный аттракцион, взятый в своих пределах, неизбежно вытесняет смысловое наполнение. На конкретном практическом примере «Хардкора», на наш взгляд, это выражается в первую очередь, в нехватке времени, отведённого на проработку сценария в силу необходимости срочно «поймать» и использовать «нашумевшую» тенденцию. Однако мы склонны согласиться с кинокритиком А. Долиным, который сравнивает генерального продюсера компании Bazelevs Т.Бекмамбетова с «доктором Франкенштейном, азартным и слегка безумным, выпускающий в мир одного голема за другим». Критик также отмечает: «Хардкор», безусловно, удался. <…> Да, пока это киборг без голоса и лица, зато бегает и дерется лучше всех. На анемичном фоне бесконечной российской обломовщины это уже победа»[436].

Картины Bazelevs, метафорично обозначены критиком как «големы», в силу своей неоднородной, гибридной природы. Действительно, их воплощение не всегда успешно, но практически всегда отвечает духу времени.

---

[436]Долин А. «Хардкор» Ильи Найшуллера: я, киборг. URL: https://daily.afisha.ru/cinema/1075-hardkor-ili-najshullera-ya-kiborg/ (дата обращения 10.02.2017).

Ещё один «гибрид» – «Убрать из друзей» сюжетно отсылает к внушительной линейке фильмов о кибер-терроризме, издевательствах в школе, и неуспокоившихся после смерти духах. Нельзя не вспомнить контекстуально связанный с ним фильм «Ведьма из Блэр: Курсовая с того света» (The Blair Witch Project, США, реж. Д.Мирик, Э.Санчес), вышедший в 1999 году. Оба фильма относятся к жанру молодёжного «хоррора» (от англ. horror, фильм ужасов), оба своеобразно отражают интеграцию технологий в повседневную жизнь: в случае с «Ведьмой...» речь идёт о технологиях съёмки, которые становятся все более и более мобильными; «Убрать из друзей» фокусируется на социальных сетях и средствах коммуникации в Интернете. В стилевом отношении оба фильма выдержаны в жанре «найденная плёнка» (англ. found footage), и именно остроактуальная для времени выхода фильма интерпретация этого жанра на фоне неосложнённого сюжета и обеспечивает успех кинокартины у зрителей и критиков. «Found footage» и его вариации, которые правильнее было бы охарактеризовать не «найденная», а, скорее «любительская» плёнка, в целом, как стилевое и жанровое решение крайне актуально для современной экранной культуры, переживающей своеобразную «эру YouTube». Так, упомянутая выше и крайне успешная лирическая комедия «Горько!», также произведённая в компании Bazelevs, частично стилизована под любительское «домашнее» видео, частично под полупрофессиональное «свадебное». Именно такие любительские видео и съёмки со свадеб, опубликованные на видеохостинге YouTube активно просматривались и анализировались создателями комедии на ранних этапах разработки проекта, более того, именно этот пласт любительских съёмок и вдохновил авторов на написание сценария «Горько!».

Возвращаясь к «Убрать из друзей», важно отметить, что жанр молодёжного триллера более характерен для зарубежной экранной культуры, нежели отечественной, что делает активное заимствование сюжетики вполне объяснимым. С другой стороны, именно простые и во многом знакомые поклонникам жанра сюжеты заставляют отечественных авторов идти на жанровые, стилевые и повествовательные эксперименты. Так, для молодёжного

триллера, произведённого компанией Enjoy Movies, «Пиковая дама: Чёрный обряд» (2015, реж. С.Подгаевский) было выпущено специальное мобильное приложение, которое позволяло пользователям «увидеть облик одного из семи самых распространенных в наших широтах демонов», просто сделав фотографию своего отражения в зеркале на мобильный телефон. Будучи, без сомнения, в первую очередь маркетинговым инструментом, такой ход, тем не менее, вносит вклад в повествовательную канву фильма, во-первых, сразу отсылая к ключевым для неё пунктам: сверхъестественным духам, «страшилкам» о Пиковой даме и зеркалам; и во-вторых творчески интерпретируя один из самых неоднозначных социокультурных мемов[437] современности: так называемое «зеркальное селфи».

Гибкость формы хоррора/триллера в своей актуальной интерпретации представлена в отечественном экранном пространстве web-сериалом «Район тьмы. Хроники повседневного зла» (2016-…, реж. А. Гончуков). Актуальность проекта подчеркнута в самом названии, ведь повседневность – это категория, возведённая современным интернет-сообществом в культ. «Район тьмы...» – вертикальный сериал, средняя продолжительность эпизодов в котором составляет около десяти минут, при этом, по замыслу создателей, каждые две недели должна выходить новая серия. Суть проекта лучше всего выразили сами его создатели: «Первый российский независимый интернет-сериал в жанре триллера <…> снимают энтузиасты кинематографа. Без продюсеров и господдержки, на собственные средства. Все актёры и команда работают бесплатно. Это смелый эксперимент по созданию оригинального сериала для интернета.

[437] Термин «мем» используется, опираясь на его классическое толкование, введенное Р.Доккинзом (Докинз Р. Эгоистичный ген.– М.: Мир, 1993. – С.108) и понимается, в первую очередь, как единица культурной информации. Мы поддерживаем также заданную контекстуальную связь мема с понятием медиавируса, детально рассмотренную в статье Я.А.Пархоменко «Провокативные ресурсы современной медиасреды» » (Пархоменко Я.А. Провокативные ресурсы современной медиасреды. Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. Научный сборник под редакцией С.Л. Уразовой. Серия «Пространство медиа-коммуникации». – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. С. 50–62.) и подход В.Орлова, который подразумевает рассмотрение мема в рамках так называемого мем-комплекса – то есть «набора взаимно помогающих друг другу мемов, вовлеченных в симбиотическую связь» (там же, с.58). Иллюстрируя этот тезис конкретным примером упомянутого в нашей работе феномена «зеркального селфи», то есть фотоизображения собственного отражения в зеркале со смартфоном, совершающим съемку, важно отметить, что рассматривать его целесообразно в совокупности с другими социокультурными мемами современности: культом «осознанной» и зафиксированной повседневности, концепцией Web 2.0, даже пропагандированием особого стиля жизня в СМИ и т.д. Обозначенное явление заслуживает отдельного исследования, однако в рамках нашей работы его важно было упомянуть, как ярко характеризующее аудиторию современных экранных нарративов.

Распространяется свободно»[438].

Важно, что несмотря на отсутствие очевидного источника финансирования, web-сериал снят грамотно и профессионально; режиссёрская, актёрские и операторская работы вполне конкурентоспособны в сопоставлении с образами отечественной телепродукции или другими интернет-проектами. Факт «качества» – в прямом (фильм можно смотреть в высоком разрешении 4K) и переносном (режиссура, съёмки, сценарий) смысле нивелирует некоторую маргинальность проекта и позволяет рассматривать его как развивающийся, актуальный и позитивный пример.

Жанровая направленность сериала, тем не менее, чётко не определена. Так, востребованный отечественный сценарист и педагог А.Молчанов в своем профиле в социальной сети охарактеризовал «Район тьмы...» как «настоящий хоррор, безо всякого постмодернизма», но эта «чистая» характеристика выглядит спорной. Авторы проекта, в свою очередь, определяют жанр как одновременно триллер, драма, криминал и ужасы, – и именно в таком порядке жанровые особенности «наслаиваются» друг на друга внутри каждой короткой серии, чаще всего оставляя, собственно, ужасы за кадром, на откуп воображения читателя, в пользу драматической, и иногда детективной и даже социальной составляющей.

Смотреть сериал можно на видеохостинге YouTube, и это обращает нас к одной из самых своевременных и правильно «обыгранных» особенностей данного web-сериала – его абсолютной вписанности в интернет-дискурс. Так, оставление и прочтение комментариев зрителей – без преувеличения, особая, знаковая часть восприятия всего зрелища в целом. Сериал успел наработать лояльную аудиторию, которая, тем не менее, выступает не только с лестными отзывами, но и с конструктивной критикой, чаще всего, сюжетной составляющей. Важно, что замечания, альтернативные варианты сценария, предложения и похвалы не остаются незамеченными авторами, которые находятся в постоянном диалоге с аудиторией. На официальном интернет-портале «Района тьмы...», в статье,

---

[438] Информация с официального сайта проекта. URL: http://www.dark-area.ru/video/rajon-tmy-internet-serial-trejler/ (дата обращения 18.05.2016).

посвящённой формату web-сериала, можно найти подтверждение этого тезиса: «выложить и сделать своё произведение доступным зрителю можно почти мгновенно – и тут же получить отклик <...> сразу понять, что в твоём творчестве нравится зрителю, а что – не очень»[439]. Зрителей привлекают также к решению творческих задач: на сайте web-сериала, в разделе «Лаборатория» есть возможность предложить свою кандидатуру для кастинга (несмотря на то что создатели сериала предпочитают работать с профессиональными актёрами ввиду необходимости поддерживать и улучшать качество проекта в целом), и прислать идею или сценарий эпизода.

Диалог, а точнее, полилог с лояльной аудиторией может способствовать выявлению важных для данного исследования параллелей с западными проектами. Так, в одном из комментариев к «Району тьмы», опубликованном на видеохостинге YouTube, зритель отмечает: «Русский вариант "Чёрного зеркала"? Мне нравится вся эта метафоричность, нравится сюжетный твист...»[440]. Любопытно, что вокруг этого предположения, речь в котором идёт о резонансном британском сериале «Черное зеркало» (Black Mirror, Великобритания, 2011-настоящее время, продюсер Ч.Брукер), сразу выстраивается дискуссия с участием не только других пользователей, но и авторов «Района тьмы...», которые подтверждают не тематическое, но жанровое и стилевое подобие отечественного и западного сериалов.

«Чёрное зеркало» – знаковый для современной медиакультуры сериал, заслуживающий в контексте данной работы не просто упоминания, но подробного рассмотрения. Созданный британским продюсером, сценаристом и журналистом Чарли Брукером, «Чёрное зеркало» представляет собой ряд не связанных между собой напрямую экранных новелл, посвящённых критическому анализу центральной темы влияния стремительного развития технологий на различные аспекты жизни человека. В каждом эпизоде эта тема раскрывается в

---

[439] Рузаков В. Эксклюзив РТ: Ужас он-лайн. Три интернет-сериала в жанре хоррора. URL: http://www.dark-area.ru/jekskljuziv-rajona-tmy-uzhas-on-lajn-tri-internet-seriala-v-zhanre-horrora/ (дата обращения 10.05.2016).

[440] Цитируются комментарии пользователей YouTube, опуликованные на момент составления текста (06.05.2016) и доступные по ссылке. Орфография и пунктуация оригинала сохранены. URL: https://www.youtube.com/watch?v=LzNdUT4qLCA (дата обращения 06.05.2016).

жёстком, крайне провокационном, сатирическом, но виртуозном, с художественной, сюжетной и эстетической точек зрения, ключе. «Черными зеркалами» авторы метафорически обозначают экраны, окружающие современников: «В каждом доме; на каждом столе; в каждой ладони – плазменный экран; монитор; смартфон – чёрное зеркало нашего существования в двадцать первом веке. <...> Мы почитаем Google и Apple как богов. Алгоритмы Facebook знают о нас больше, чем собственные родители. У нас есть доступ ко всей информации мира, но осталось недостаточно пространства в голове, чтобы понять что-то большее, нежели запись в Twitter длинной в сто сорок символов»[441].

Влияние «Чёрного зеркала» на стилистику рассмотренного выше отечественного web-триллера «Район тьмы: хроники повседневного зла» практически не вызывает сомнений. Даже центральные темы сериалов родственны: если «Чёрное зеркало» раскрывает негативные стороны взаимоотношений технологий и человеческой природы, то «Район...» фокусируется на темных проявлениях человеческой природы самой по себе, обращаясь к урбанистической метафоре и отсылая к фильму-комиксу режиссера Р.Родригеса «Город грехов» (Sin City, США, 2005). Неслучайно на веб-сайте проекта на начальных этапах было опубликовано такое описание: «Чёрная ночь неспящего мегаполиса. Темные переулки спальных районов. В этом городе, настоящем *городе грехов*, каждое мгновение происходит нечто жуткое и вместе с тем обыденное: кто-то сегодня умрёт, кто-то погубит себя»[442].

Тем не менее, важно отметить, что тематическое подобие вовсе не сводит отечественный сериал в разряд копии или даже однозначного ремикса. Визуальная эстетика сериалов, разумеется, схожа, однако, «Черное зеркало» ввиду высокого качества и художественной смелости оказал влияние на множество образцов медиапродукции схожих жанров. С сюжетной точки зрения, «Район тьмы...» выглядит во многом наивнее «Черного зеркала», по крайней мере, на этапе написания этого текста в мае 2016 года (сериал явно развивается от

[441]Black Mirror. URL: http://www.channel4.com/info/press/programme-information/black-mirror (дата обращения 06.05.2016).
[442] Официальный веб-сайт проекта: http://www.dark-area.ru/ (дата обращения 06.05.2016).

эпизода к эпизоду, и возможность наблюдать его эволюцию – еще одна уникальная особенность современного интернет-пространства). Упомянутая «наивность» и сознательный вывод самого неприятного и страшного словно за скобки повествования частично объясняется менталитетом отечественной аудитории – пусть и «насмотренной», но, тем не менее, по-прежнему воспринимающей нечто чересчур «анатомичное» или провокационное как из ряда вон выходящее. Списывать подобную мягкость обыгрывания жестких моментов на сжатый хронометраж не приходится: формат web-сериала изначально предполагает большую свободу, нежели, например, телеформат: неслучайно третий сезон рассматриваемого в сопоставлении британского «Черного зеркала» будет выходить не на телеканале (Channel 4), а на веб-ресурсе Netflix. Подход авторов «Района...» к реализации замысла трактуется также как целенаправленная недосказанность: «перед нами – не детектив, где важно получить ответы на вопросы, выяснить досконально все повороты истории – перед нами, скорее, мгновенная зарисовка, в которой угол, с которого снимает камера, или то, как падает свет – полноправный компонент истории. Не говоря уж о том, что лакуны, оставленные в сюжете в расчете на размышление после просмотра – часть осознанной стратегии».

«Черному зеркалу» также свойственна определенная недосказанность, открытый для зрительского размышления финал, однако сатира в нем преобладает над морализаторством, чего не скажешь о «Районе тьмы...». Интересно, что одна из предыдущих работ А. Гончукова, ставшая знаковой, «1210» (2012) – это малобюджетная социальная драма о ветеране, сломленном равнодушием государственной системы. Именно легкая степень понятного морального подтекста делает «Район тьмы...» легче воспринимаемым для зрителя с российским менталитетом. Кроме того, в эпизодах встречаются элементы актуальной социальной драмы. Так, в серии «Змеи», сюжетно отсылающей, например, к классическому «Китайскому кварталу» (Chinatown, США, 1974, реж. Р.Полански) или американской драме «Душа тишины» (The Quiet, США, 2005, реж. Дж.Бэббит), оригинальность трактовки заключается в том, что главный

злодей – уважаемый российский прокурор, издевающийся над собственной дочерью и упивающийся безнаказанностью.

Рассмотренные выше примеры трансмедийных произведений, отсылаяя на структурном, сюжетном и других уровнях к принципу фрактальности, тем не менее, формально относительно близки к «традиционным» объектам экранных искусств. В следующем параграфе будут рассмотрены произведения и продукты, представляющие собой новейшие нестандартные формы экранных искусств. В рамках данной работы они обозначены как «медиасимбиозы» и «медиагибриды».

§2.3. Формы актуализации трансмедийных произведений в современных экранных искусствах

Прежде чем обратиться к новейшим формам, возникающим на пересечении медиасферы и экранных искусств, необходимо остановиться на обусловливающих их генезис процессах. В рамках данной работы мы выделяем три типа таких процессов: интеграционные, конвергентные и инфильтрационные.

Конвергентные процессы трактуются нами как сближение различных видов медиа и экранных искусств, вызванное формированием у них групп схожих признаков, – главным образом, технологических и технических, возникающих как следствие воздействия внешней среды. Технологические изменения в производстве экранного продукта: развитие цифровой фото- и видеосъёмочной техники, позволяющей получать экранный продукт высокой чёткости; повышающаяся мобильность и доступность всего спектра съёмочной аппаратуры; постоянно развивающееся программное обеспечение для монтажа видео, сведения звука, создания компьютерных аудиовизуальных эффектов – все перечисленные факторы способствуют возникновению и поддержанию конвергентных процессов в медиасреде и изначально техноёмких экранных искусствах.

Под интеграционными нами понимаются глобальные процессы частичного объединения и последующего переструктурирования элементов объектов медиасферы и экранных искусств, происходящие под влиянием развития, в

первую очередь, интернет-технологий. В качестве примеров таких процессов можно привести интеграцию маркетинговых коммуникативных моделей в аудиовизуальные искусства, а также эстетическую «экспансию» комикс-культуры, характерную для современного кинематографа, телевидения и интернет-видео.

Инфильтрационные процессы между экранной и медиакультурой – это процессы внедрения художественных, коммуникативных, технологических и других свойств и признаков одного «медиавида» в другой, протекающие на фоне технико-технологической конвергенции и ведущие к возникновению новых жанров и форм: медиагибридов.

Для начала необходимо подробней остановиться на понятии «медиасимбиоз». В данной работе здесь и далее термин «медиасимбиоз» используется для обозначения интеграции двух или более типов медиаканалов, медиаплатформ или медианосителей; часто, но не всегда, объединённых общим «брендом»[443], с целью достижения синергетического эффекта, при сохранении частичной или полной автономности элементов. Медиасимбиозы возникают вследствие интеграционных процессов в медиасфере и конвергентных процессов в сфере технологий. Медиасимбиоз понимается нами как результат «проникновения» элементов одного медиавида в другой, при котором оба, тем не менее, сохраняют свою первоначальную целостность и аутентичность; один из медиавидов может являться доминирующим.

Уже ставшие традиционными примеры «брендовых» медиасимбиозов включают в себя: симбиозы телепрограмм и мобильных приложений («Орел и решка»[444]); радиостанции и веб-сайта (chameleon.fm[445]); одноименных телеканала

---

[443] Бренд (англ. brand) – совокупный образ продукта, формируемый маркетологами в сознании аудитории, с целью его выделения в конкурентной среде, а также узнаваемая торговая марка продукта.

[444] «Орел и решка» – информационно-развлекательная телепрограмма о путешествиях, на момент составления данной статьи демонстрирующаяся на телеканале «Пятница». Мобильное приложение «Орел и решка» включает в себя описание маршрутов, пройденных ведущими программы, карты, фотографии, полезные адреса; функции приложения включают возможность публиковать информацию о собственных маршрутах в социальных сетях.

[445] chameleon.fm – мультимедийный развлекательный интернет-ресурс, созданный в 2015 году. «В проект входят не только все существующие эфирные наземные радиостанции ЕМГ, но и семь абсолютно новых интернет-каналов разных стилей – от классики до электронной музыки <…> Вторая часть проекта – Chameleon TV, эксклюзивные видеопрограммы собственного производства. Третья часть – оригинальный редакционный контент <…> Портал <..> доступен на всех устройствах: смартфонах, планшетах, десктопах и Smart TV». – URL: http://adindex.ru/news/digital/2015/10/13/128871.phtml (дата обращения 10.02.2017). В 2017 году данный медиасимбиоз прекратил своё существование.

и газеты («Комсомольская правда»); телесериала и посвящённого ему сообщества в социальной сети, wiki-сообщества и wiki-энциклопедии, веб-сайта и wiki-энциклопедии («Игра престолов»[446]).

В рамках данной работы, тем не менее, более значимы симбиозы, сформированные не столько за счёт общего «бренда», сколько сложные сочетания элементов медиаканалов и платформ, формирующиеся вокруг центрального «многослойного» образа. Среди актуальных примеров – симбиоз кино, телевидения и спектакля, а именно: кинотеатральный показ спектакля «Гамлет: Камбербэтч», прямая трансляция которого состоялась пятнадцатого октября 2015 года в кинотеатрах по всему миру, в том числе и России, где этот медиасимбиоз продемонстрировал очень успешные коммерческие показатели. По данным профессионального отраслевого издания «Бюллетень кинопрокатчика» прямая трансляция спектакля, проведённая в сорока одном отечественном кинотеатре принесла организаторам, арт-объединению CoolConnections, десять миллионов рублей прибыли. В январе 2016 спектакль до сих пор демонстрировался в кинотеатрах в записи и продолжал приносить устойчивый доход.

Сложный информационно-эстетический образ, на котором базируется коммерческий успех мировых трансляций спектакля «Гамлет: Камбербэтч», отражен в его названии. Соединение центрального художественного образа принца датского из классической пьесы У. Шекспира, относимого к образам *вечным*[447], а значит, в силу своей наполненности, самобытности, узнаваемости и информативности, всемирной известности, с лёгкостью претерпевающего

---

[446] «Игра престолов» (Game of Thrones, США, 2011-2018, продюсеры Д.Бениофф и др.) – американский драматический телесериал в жанре фэнтези, демонстрирующийся американским телеканалом HBO, снятый по мотивам цикла романов «Песнь Льда и Пламени» (англ. A Song of Ice and Fire) писателя Джорджа Мартина. Существует отечественный веб-сайт с полной информацией о сериале и подробным энциклопедическим разделом 7kingdoms.ru и официальное сообщество в социальной сети «ВКонтакте», посвященное сериалу.

[447] Вечные образы – «мифологические, библейские, фольклорные и литературные персонажи, ярко выразившие значимое для всего человечества нравственное и мировоззренческое содержание и получившие многократное воплощение в словесности [и произведениях искусств] разных стран и эпох (Прометей, Одиссей, Каин, Фауст, Мефистофель, Гамлет, Дон Жуан, Дон Кихот и др.). В отличие от архетипа, отражающего прежде всего «генетические», изначальные особенности человеческой психики, вечные образы всегда являются продуктом сознательной деятельности, имеют свою «национальность», время возникновения и, следовательно, отражают не только специфику общечеловеческого восприятия мира, но и определённый исторический и культурный опыт, закреплённый в художественном образе»
(Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия. Под редакцией А.П. Горкина. М.: Росмэн, 2006. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_literature/4908/%D0%B2%D0%B5%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B5, дата обращения 10.02.2017).

множество интерпретаций и трансформаций[448], с медийным образом находящегося на пике популярности британского актёра Бенедикта Камбербэтча[449], формирует образно-информационную конструкцию, которая легко перемещается в медийном пространстве, обеспечивая внимание и интерес аудитории, и аккумулирует элементы различных медиаплатформ вокруг себя.

Всевозможные иные вариации сочетания комплексов интегрированных маркетинговых коммуникаций[450] и экранных искусств рассматриваются нами также, как медиасимбиозы, в силу того, что их маркетинговая, рекламная или PR-составляющая, даже не являясь доминирующей, никогда не «растворяется» полностью в художественно-эстетической или информационной. Тем не менее, образцы, возникающие на точках пересечения маркетинга и экранных искусств, интересны, в том числе и потому, что они нередко строятся вокруг рекламного образа, наделенного характеристиками образа художественного, или наоборот.

А.А.Колотов, ссылаясь на американского медиаисследователя Дж.Грея, определяет подобные симбиозы как «паратексты»: «Если мы представляем триумвират Текста, Аудитории и Индустрии в виде «большой тройки» медиа-практики, то паратексты заполняют пространство между ними, создавая условия для путей и траекторий, которые разрезают медиа-пространство и различными способами согласуют или обусловливают взаимодействие между

---

[448] В качестве примеров многочисленных трансформаций можно привести ставший классическим мультфильм компании Disney «Король Лев» (The Lion King, США, 1994, реж. Р.Аллерс, Р.Минкофф) и американский сериал «Сыны анархии» (Sons of Anarchy, США, 2008-2014, продюсер К.Саттер), главные герои которых фактически представляют собой «переработанные» образы Гамлета. Примеры деформации вечного образа Гамлета можно найти, в первую очередь, в Интернете: web-комикс «Схематичный Гамлет» (Stick Figure Hamlet); юмористическая компьютерная игра «Гамлет или последняя игра без MMORPG элементов, шейдеров и рекламы (Hamlet or the last game without MMORPG features, shaders and product placement), и даже образ Гамлета, заключенный в образ сэндвича, произносящего узнаваемый, но переработанный, монолог Гамлета «Быть или не быть» и др.

[449] Бенедикт Камбербэтч (англ. Benedict Cumberbatch) – известный актер британского происхождения, за период с 2004 по 2016 год исполнивший в кино, на телевидении и в театре ряд ролей реально существующих известных личностей (ученый Стивен Хокинг, художник Винсент Ван Гог, актер Хамфри Богарт и др.), а также «культовых» вымышленных персонажей (Хан Нуньен Сингх, вымышленный персонаж научно-фантастической медиафраншизы «Звездный путь»; Доктор Стрэндж, герой комиксов издательства Marvel Comics, Виктор Франкенштейн, герой романа английской писательницы Мэри Шелли и др.). Всемирную известность актер получил после исполнения роли сыщика Шерлока Холмса в британском сериале «Шэрлок» (Sherlock, Великобритания, 2010–2016..., продюсеры М.Гатисс, С.Моффат).

[450] Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) можно определить как «способ понимания целого», составленного из «таких отдельных частей, как реклама, связи с общественностью, маркетинг и стимулирование сбыта, материально-техническое снабжение, организация взаимоотношений с сотрудниками <…> ИМК перестраивает маркетинговые коммуникации для того, чтобы увидеть их такими, какими они видятся потребителю – как поток информации из единого источника» (Маркетинг: Большой толковый словарь. 3 изд./Под общ. ред. А.П.Панкрухина. М.: Омега-Л, 2008-2010. URL: http://marketing.academic.ru/47).

членами большой тройки»[451].

Примерами подобных симбиозов могут послужить трейлеры[452] и тизеры[453], «промо-ролики» кинофильмов и даже литературных произведений. Последние особенно интересны в рамках данной работы, как медиасимбиозы, построенные вокруг визуализированных литературных образов, которые должны стимулировать желание аудитории прочесть анонсируемый роман, при этом не блокируя воображение будущего читателя, а предлагая ему скорее «намёки» на художественные образы, стимулируя реципиента к их креативной «достройке».

Речь идёт о так называемых «буктрейлерах» (от англ. booktrailer) – то есть видеороликах, в свободной креативной форме анонсирующих литературное произведение, нередко, однако необязательно, в стилистике трейлера кинематографического. Трейлер для книги может быть выдержан в стиле документального видеоэссе (трейлер для книги «Безотчетное», автор М.Макари), имитации кинотрейлера («Четырехчасовое тело», автор – Т. Феррисс); «Дом странных детей», автор – Р.Риггз), в форме анимационного буктрейлера («Школа добра и зла», автор – З.Чейнани), в форме анимированной текстовой «видеоцитаты» из анонсируемой книги («Иволги и пересмешник», автор – Ч.Вендиг), озвученной цитаты из книги, сопровождаемой тематической моушн-графикой («Бесцветный Цукуру Тадзаки и его годы странствий», автор – Х.Мураками).

В отечественной практике «буктрейлеры» также достаточно популярны. Так, на сайте издательство «ЭКСМО» существует особый раздел, посвящённый «буктрейлерам», большинство из которых представляют собой озвученные видеопрезентации краткого содержания анонсируемых книг. Кроме того, в России с относительной регулярностью проводятся конкурсы «буктрейлеров» –

---

[451] Колотов А.А. Паратекстуальный подход в современном литературоведении//I Международная заочная научно-практическая конференция «Филология и лингвистика: современные тренды и перспективы исследования»: сборник материалов конференции (30 сентября 2011 г.). – Краснодар, 2011. – 196 с. – С.40.; Gray Jonathan. Show sold separately: promos, spoilers, and other media paratexts. New York: New York University Press, 2010.

[452] Трейлер (англ. trailer) – короткий видеоролик, драматически структурированный, анонсирующий сюжет, актеров и другие привлекательные для определенных сегментов аудитории особенности кинокартины, телевизионного или другого экранного зрелища. Трейлер преследует цель максимально привлечь и удержать внимание избранной аудитории, чтобы проинформировать ее не только о художественно-эстетических, развлекательных и других достоинствах экранного продукта, но и о деталях его дистрибуции и демонстрации.

[453] Тизер (англ. teaser, от англ. tease – дразнить) – короткий видеоролик из фрагментов кинокартины, любого содержания и структуры, призванный «разжечь» интерес определенной аудитории.

«Всероссийский конкурс буктрейлеров», существуют тематические сайты, посвящённые этому медиасимбиозу.

Любопытно, что в случае с «буктрейлерами» наиболее успешными выглядят образцы, в которых не предпринята попытка имитировать кинотрейлер и напрямую экранизировать или визуализировать фрагменты литературного произведения, а видеоролики, транслирующие комплексные информационные и художественные образы, позволяющие «услышать» голос автора и передать общую атмосферу и тональность произведения.

В свою очередь, кинотрейлеры интересны прежде всего тем, что помимо рекламной функции, выполняют роль своеобразных «носителей» драматического и образного «ДНК» картины. Неслучайно режиссер А.Г. Иньярриту так комментирует работу Марка Вуллена, известного режиссера монтажа трейлеров для авторских кинокартин: «У Марка сложная цель <…> найти ДНК картины в ста двадцати секундах». Его мастерство заключается «не в раскрытии истории, а в <…> представлении эмоциональной выжимки фильма»[454]. Любопытно, что фактически это «пойманное» режиссёром монтажа «ДНК» в ряде случае имеет отношение к тому, какой кинолента могла бы быть или должна была быть, а не какой она является на самом деле. Иными словами, трейлер формирует комплексный художественный образ фильма.

Раскрыть этот тезис можно, обратившись к производственному процессу. В силу «уплотненного» времени и жестких графиков, сегодня визуальные промо-материалы к кино-, телевизионному, и интернет-продукту производятся одновременно с рекламируемым экранным зрелищем. Креативная команда готовит их, фактически опираясь на сценарий и оперируя отснятым экранным материалом, который, чаще всего, на момент подготовки «промо-ролика» находится в незавершённом состоянии. Это приводит, в первую очередь, в необходимости «вычленить» в ткани экранного повествования эмоциональные точки, наиболее резонирующие с эмоциями целевой аудитории и

[454] Kachka B. Meet Trailer Editor Mark Woollen. He May Be the Most Visionary Director in Hollywood. URL: http://www.vulture.com/2014/11/meet-mark-woollen-the-arthouse-trailer-editor.html# (дата обращения 10.05.2016).

информационные образы, нередко сочетающие в себе художественные образы персонажей и медийные образы популярных актёров, исполняющих роли этих персонажей. Далее отобранный экранный материал выстраивается в жёстко структурированной драматической последовательности и дополняется компьютерными эффектами и текстом – практически всегда с привлечением в процесс творческих «единиц», наряду с маркетологами: художников, сценаристов и т.д. Роль креативного монтажа и важность вышеупомянутой драматической структуры в описанном выше процессе невозможно переоценить. В итоге трейлер фильма представляет собой отдельное экранное произведение – в одно и то же время *подобное* рекламируемой картине и множеству схожих по жанру и сюжету видеоматериалов, и в то же время уникальное. Подобный формат, таким образом, вписывается в общую фрактальную логику современной медиасреды.

Благодаря особенностям своей гибкой, адаптивной и лаконичной форме, такие медиасимбиозы, как трейлеры и тизеры, прекрасно ассимилировались в интернет-пространстве. Технологическая конвергенция обусловила неоднократно затрагиваемую в рамках данного исследования демократизацию творческого процесса, и лёгкость копирования, в том числе и экранно-повествовательных приёмов. Если говорить о производстве трейлеров в рамках отечественной экранной продукции, опираясь на практический опыт автора, надо отметить, что на индустриальном уровне кинопроизводства, по крайней мере, в секторе коммерческого кино, успешные художественные приёмы чаще заимствуются из зарубежной экранной культуры. Таким образом, происходит двойное заимствование: профессиональное и любительское: ведь стилистика трейлера, по сути рекламная, проникла и в любительское видео. Неслучайно в любительских программах видеомонтажа существуют наборы шаблонов, которые любой видеоматериал могут структурировать и оформить, как стандартный кинотрейлер – и выполнить это автоматически, практически вне творческого осмысления, осуществляемого человеком, посредством использования компьютерного алгоритма.

Значимым для данной работы вариантом медиасимбиоза маркетинга и

кинематографа представляется такой популярный в первом десятилетии двадцать первого века формат, как художественный короткометражный промо-фильм (англ. branded film), выполненный по технологии так называемого «брендированного контента»[455].

Короткометражный промо-фильм не является рекламой «в чистом виде», так как продвигаемый продукт вплетается в сюжетную канву фильма на этапе создания сценария и выступает полноправным «героем» кинофильма, тем не менее, не подчиняя себе сюжет. Преимущества товара не перечисляются, «не навязываются» зрителю в ущерб сюжету и другим персонажам, а цель произведения – не заставить покупателя приобрести товар, а составить определённый образ продвигаемого продукта.

Первопроходцем в области создания художественных промо-фильмов крайне высокого качества принято считать компанию BMW, которая запустила свой проект «В прокат с водителем» или «BMW напрокат» (The Hire, США, продюсеры, Д.Финчер, Т.Скотт и др.) в 2001 году. «В прокат с водителем» представляет собой восемь короткометражных фильмов, созданных и активно распространяемых в Интернете с 2001 по 2003 год. Серия не имеет общего сюжета, но каждый фильм является коротким эпизодом, в котором главный герой, – «Водитель», выполняет какое-то задание, используя при этом машины марки BMW. В общей сложности «В прокат с водителем» посмотрели более ста миллионов посетителей веб-сайта проекта, а сама серия стала лауреатом рекламного фестиваля «Каннские львы» и, более того, была включена в постоянную коллекцию Музея современного искусства в Нью-Йорке.

Создатели стремились подчеркнуть принадлежность своего произведения именно к художественному кино, а не рекламе; возможно, именно с этой целью, компания BMW привлекла к производству короткометражных фильмов ряд самых известных мировых режиссёров и популярного голливудского актера в роли ключевого персонажа.

---

[455] Брендированный контент – технология интеграции бренда и художественного, развлекательного или информационного продукта, при которой маркетинговая или рекламная составляющая не маскируется, но и не превалирует над другими функциями произведения.

В контексте данного исследования важно отметить интеграцию в этот симбиотический экранный нарратив интерактивных игровых элементов, призванных не только включить активную часть аудитории в игру, но и соединить реальный и вымышленный миры. Так, в фильмах серии для внимательных зрителей были зашифрованы подсказки, ведущие к существующему в реальности веб-сайту, который в свою очередь, содержал ряд головоломок. Сбор мультиплатформенного «паззла» выводил зрителей к возможности выиграть вполне реальные призы и побывать на специально организованной «тайной вечеринке». Просмотр серии фильмов, таким образом, расширятся до процесса получения комплексного развлекательного опыта.

Вслед за BMW короткометражные фильмы с оригинальными сюжетами, популярными актёрами и приглашёнными знаменитыми режиссёрами, выпустили и другие западные и отечественные компании[456]. Сегодня подобные художественно-рекламные фильмы уже не выглядят инновационными, однако, пользуются популярностью в интернет-пространстве.

В рамках нашего исследования представляется значимым тот факт, что, как и любая яркая сжатая визуальная форма, описанный рекламно-художественный формат идеально вписывается в современное интернет-пространство, формируя таким образом базу художественных приёмов и нормы кино- и видеоязыка для активной, вооружённой профессиональными и полупрофессиональными инструментами производства экранного продукта, аудитории. Тем не менее, даже перенимая вышеупомянутые творческие приёмы, идеи, методы, креативная аудитория остаётся свободной от профессиональных необходимостей, так как чаще всего, ей не нужно ничего рекламировать, производя экранный продукт. В любительской медиасреде преследуется, прежде всего, цель творческого

[456] IWC («Пилоты», англ. «Pilots»), Mercedes-Benz («Оставляет место для прекрасного», англ. «Makes Room For Beauty»), Pirelli («Зов», англ. «The Call»; «Миссия ноль», англ. «Mission Zero»), Chanel (Номер пять: фильм, англ. «No. 5 The Film»; «Ночной поезд», фр. «Train de Nuit»), Unilever («Алхимик», англ. «Alchemist»), Christian Dior («Дело темной леди», англ. «Lady Noir Affair»); Prada («Первая весна», англ. «First Spring», «Кастелло-Кавальканти», англ.«Castello Cavalcanti», Phillips («Есть только одно солнце», англ. «There is only one sun»; проект «Параллели», англ. «Parallel Lines»), Schweppes «Знаки», англ.«Signs», Nespresso («Абрикос», англ.«Apricot»), Wego Motel («Мыло», англ. «Soap», «Шапочка для душа», англ. «Shower Cap», «Обслуживание номеров», англ. «Room Service»), Dolce & Gabbana («Единственный: Улица мечтаний», англ. «The One: "Street of Dreams"», Johnnie Walker («Прогулка», англ. «The Man Who Walked Around The World»; «Пари джентльмена», англ. «The Gentleman's Wager»), Арарат («Ахтамар»), Иль де Ботэ (серия фильмов «Потому что это Я»), Opel Astra (киноальманах «Astra, я люблю тебя»), Wrigley (серия фильмов «Эксперимент 5IVE»).

самовыражения.

Наиболее успешные «брендированные» короткометражные ленты, как правило, объединены в серии или киноальманахи. Яркий пример из отечественной экранной практики – киноальманах «Эксперимент 5IVE», (2009, реж. П.Буслов, А.Велединский, И.Волошин, А.Звягинцев, А.Попогребский). Режиссёрам предложили выстроить пятиминутные авторские экранные повествования вокруг образа чёрного конверта, фактически подвергшегося «остранению». По сюжету в конверте находится фотография главного героя в момент, когда он берет этот конверт. Отсылку к классической работе В.Б. Шкловского «Искусство как приём», контекстуально связанной с литературной и поэтической формой, подкрепляет комментарий режиссёра П.Буслова: «Я снял вещь, ещё не оформившуюся в структуру, это, скорее, стихотворная форма — на мой взгляд, самый благодарный формат для пятиминутной новеллы». Один из режиссеров проекта, И.Волошин, впоследствии отметил, что жанр киноальманаха способствует «столкновению мировоззрений разных авторов»[457] в рамках одного экранного произведения.

Мы склонны согласиться с этим утверждением и отметить, что формат альманаха, то есть полнометражного фильма, составленного из нескольких короткометражных лент, связанных между собой тематически или ассоциативно (в кинематографе используются также термины фильм-антология, омнибус-фильм), ставший особенно популярным в экранных искусствах в начале XXI века и не теряющий актуальности к моменту фактического завершения данного исследования, заслуживает отдельной остановки, так как его «коллажная» эстетика, стилевая и смысловая эклектичность а также фрактальная структура (подобие частного общему отчетливо наблюдается в описанном выше «Эксперимент 5IVE»; равно как и потенциальная бесконечность – возможность творчески интерпретировать образ черного конверта практически бесконечна) отвечают рассматриваемым в данном исследовании аспектам современной

[457] URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82_5IVE (дата обращения 10.02.2017).

медиасферы. Жанр короткометражной «новеллы», выступающей в качестве составной части элемента киноальманаха, подразумевает определенную степень гибкости, креативности и авторской свободы. Креативный монтаж, анимация, моушн-дизайн и компьютерная графика, хроникальные, документальные и псевдодокументальные кадры, титрованный текст, музыкальное оформление и дикторское озвучание в таких произведениях совершенно необходимы, так как выступают в качестве «клея» для разрозненных элементов.

Важно отметить, что формат альманаха может рассматриваться и как медиасимбиоз, преследуя рекламные или коммерческие цели. Так, например, вышеупомянутый «Эксперимент 5IVE» был проспонсирован производителем одноименной жевательной резинки, схожий пример – киноальманах «Astra, я люблю тебя» (2012), профинансированный компанией Opel Astra. Киноальманах также является крайне востребованным жанром в среде отечественного коммерческого кинематографа, вследствие возможности собрать в рамках единого экранного произведения калейдоскоп актеров и режиссеров, создающих яркий медийный резонанс. Примерами могут послужить медиафраншизы «Ёлки» (компания Bazelevs, 2010-2016, «Мамы» (компания Enjoy Movies, 2012-2014).

С другой стороны, создание киноальманаха может преследовать художественно-эстетические и социокультурные задачи. Так, например, в отечественной кинематографической практике ранее предпринимались попытки «конструирования» киноальманахов из аудиовизуальных материалов, предоставленных любителями. Фактически такие эксперименты предвосхищали тенденцию интеграции любительского и профессионального подходов в современных экранных искусствах, которую сегодня можно наблюдать повсеместно. В 2007 году кинокомпания «СТВ» планировала выпустить киноальманах, смонтированный из пятиминутных видеороликов, присланных непрофессиональными авторами. Объединить видеофрагменты в общую мозаику должен был режиссер Алексей Балабанов. Однако из трех тысяч присланных видеофрагментов режиссер смог выбрать только один, вследствие чего проект не состоялся.

В последующие годы, тем не менее, в отечественной практике подход к созданию киноальманахов с привлечением креативной аудитории, состоящей из полупрофессионалов и любителей, применялся неоднократно. В частности, в 2014 году российское подразделение компании Disney, совместно с Молодёжным центром Союза кинематографистов РФ, объявили о проведении двухэтапного сценарного, режиссерского и «всенародного» актерского конкурсов, с целью последующего производства киноальманаха «Счастье – это…» (продюсеры М. Жигалова-Озкан, В.Грамматиков), в котором, наряду с известными режиссерами и актерами, должны были принять участие победители – как начинающие профессионалы с профильным высшим образованием или профессиональным опытом в случае сценарного и режиссерского конкурсов, так и любители, победившие во втором этапе сценарного конкурса – «всенародного конкурса сценарных идей», а также «всенародного кастинга». Организаторы характеризовали проект, как «масштабный, многоплановый замысел студии, цель которого помочь неопытным кинематографистам найти себя в индустрии». Полнометражный киноальманах вышел на экраны в 2015 году. В этом же году состоялся выход другого яркого киноальманаха, представляющего собой сборник провокационных киновысказываний, молодых режиссеров «Новые русские» (продюсеры И. Золотухин и др.)

Особого упоминания в рамках нашей работы требует также медиафраншиза «Города любви» (Cities of Love, продюсер Э. Бенбии) – ряд киноальманахов, посвященных крупным мировым столицам, которые во многом и определили тенденцию популярности этого формата: «Париж, я люблю тебя» (2006), «Нью-Йорк, я люблю тебя» (2008), «Тбилиси, я люблю тебя» (2014) и др. На сайте медиафраншизы «Города любви» подробно описывается именно социокультурная миссия проекта, которая, помимо прочего, заключается в стремлении привить жителям каждого конкретного города гордость за него, отразить культурное многообразие, показать городскую жизнь, используя художественно-выразительные средства кинематографа и т.д. Отечественная картина – «Москва, я люблю тебя» (2009, продюсеры Е.Кончаловский, Ю.Глоцер) не входит во

франшизу «Города любви» и носит по отношению к ней вторичный характер, повторяя форму альманаха, очевидно отсылая к ней в названии и используя успешный медийный резонанс, произведенный картинами, посвященными Парижу и Нью-Йорку.

В отличие от медиасимбиозов, «медиагибриды» в данном исследовании рассматриваются как результаты инфильтрационных процессов в медиапространстве, при которых происходит внедрение элементов различных типов медиа друг в друга, вследствие которого могут формироваться новые виды медиа, новые формы репрезентации информационного сообщения и новые жанры. Если причины возникновения медиасимбиозов имеет смысл искать прежде всего в интеграции уже существующих медиаформ и комплексов маркетинговых решений и коммуникаций, то медиагибриды формируются под влиянием технических и технологических конвергентных процессов, привносящих в творческую и креативную деятельность множество возможностей для инфильтрации медиавидов друг в друга – с целью достижения синергетического и синестетических эффектов.

Ярким примером медиагибрида можно считать, так называемые, «ожившие» живописные полотна, демонстрируемые на мультимедийных выставках («Микеланджело. Сотворение мира», «Ван Гог. Ожившие полотна»; цикл «переосмысление девяти классических произведений живописи», британского режиссера Питера Гринуэя); а также образцы видеоарта, например, «выполненная на стыке фотографии, видео и новых технологий» выставка видеоинсталляций художников группы AES+F «Inverso Mundus». Важно отметить также исполнительские формы искусства, которые трансформируются в медиагибриды вследствие инфильтрации элементов экранных искусств (3D-мюзикл «Пола Негри», реж. Я.Юзефович).

Существенную роль в процессе медиагибридизации играет интерактивность, как художественно-выразительное средство способствующее

«межвидовому синтезу искусств»[458]. Интересно, что гибридизация эта реализуется «в пределах художественной структуры мультимедиа»[459], а понятие мультимедиа, с нашей точки зрения, подразумевает наличие в интерактивной художественной среде по крайней мере одного экрана. Раскрыть этот тезис может пример интерактивного произведения, на первый взгляд, не относящийся к экранным искусствам: интерактивный спектакль для одного зрителя «твоя_игра» (англ. A game of you, год выхода 2011[460]) бельгийского экспериментального театрального коллектива «Ontroerend Goed», в ходе которого зритель под руководством актера перемещается по таинственному лабиринту, делая несколько остановок в «комнатах» и выполняя своеобразные психологические упражнения, направленные на познание себя и окружающих людей. Важно, что в ходе спектакля поведение зрителя фиксируется на видеокамеры и впоследствии частично проецируется на экраны[461]; в заключении спектакля зритель получает также CD-диск с полной записью своего интерактивно-психологического опыта.

Пример спектакля «твоя_игра» неслучайно выбран нами в качестве иллюстративного материала к понятию интерактивности, так как его создатели учли ряд важных и актуальных тенденций создания интерактивной художественной среды. В первую очередь, необходимо подчеркнуть, что каждый конкретный зритель последовательно исполняет в спектакле несколько ролей: главного героя; автора, создающего персонажа и историю этого персонажа; рассказчика и, наконец, зрителя в традиционном понимании. Кроме того, аудитория фактически участвует в психологическом эксперименте, равно как и актеры, «ведущие» зрителей по лабиринту. Анализ спектакля позволяет выделить отдельные намерения его авторов, среди которых – безусловное побуждение зрителя к самоанализу и анализу собственных спонтанных решений; призыв к более пристальному вниманию к другим людям и попытке оценить собственные суждения и впечатления; несомненное стимулирование аудитории к творческой

---

[458] Дворко Н.И. Режиссура мультимедиа. Генезис, специфика, эстетические принципы. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора искусствоведения. М., 2004. – С.19.
[459] Там же.
[460] В Москве спектакль демонстрируется с июня по сентябрь 2016 года.
[461] В других спектаклях Ontroerend Goed таких как, например, «Audience» на экран также проецируется изображение зрителей, сидящих в зале и наблюдающих спектакль.

деятельности.

Видеозапись и проецирование частично документальных по своей сути материалов на экраны соотносится с желанием авторов отразить проблематику проекций, создаваемых индивидуумом и транслируемых на весь окружающий его мир, материальный и нематериальный, что особенно актуально сегодня в свете доминирования виртуальной интернет-культуры.

Авторы подчеркивают слияние в спектакле реального и вымышленного миров; размытие границ между актером как личностью и актером как персонажем; намерении сказать аудитории, что в данных обстоятельствах, данной среде, именно аудитория значима настолько, что без ее активного участия действо просто не состоится. Традиция вручения зрителю диска с видеозаписью его интерактивного «путешествия» по лабиринту, отсылает к экранной саморефлексии, ставшей одной из важнейших характеристик современного социума, во многом определяющей поведенческие установки и трансформирующей культуру – и не только экранную. Перечисленные аспекты, в сущности, выходят далеко за рамки одного лишь рассмотренного нами интерактивного зрелища: обозначенная актуальная проблематика должна находиться в фокусе внимания практически любого автора современного нарратива, и именно этот спектр вопросов способна развернуть интерактивность, выступающая одновременно как комплекс технологических и художественно-смысловых приемов.

Еще одним интересным примером медиагибрида, в рамках которого интерактивность выступает в роли основного художественного приема выступает интерактивный трансмедиа-роман «Найди меня, я твой» (Find me I’m yours, США, 2014, автор – Х.Карлип). Интерактивность позволяет авторам и критикам характеризовать «Найди меня, я твой» не как книгу, а как художественный и развлекательный «опыт». Книгу можно читать практически на любой платформе: на компьютере, на планшетном компьютере, на смартфоне и специальных приборах для чтения электронных книг. Повествовательный ряд дополняют специально созданные для проекта видео, а также тридцать три

вебсайта с оригинальным дизайном и содержанием, раскрывающие основную драматическую линию, и предоставяющие читателям/зрителям/пользователям самовыразиться и внести свой вклад в историю: например, записать видеообращение, написать комментарий, загрузить текст, картинку или видео. Книгу сопровождает ряд трейлеров, в которых подробно объясняется, как можно с ней взаимодействовать при прочтение.

Авторы-разработчики проекта: Х.Карлип, писательница, автор пяти эксприментальных книг, веб-разработчик и художник, а также М.Лапидусс – успешная продюсер и писатель, со-основали компанию Storyverse Studios, ориентированную на производство трансмедийных аудивизуальных проектов. Роман «Найди меня, я твой» выдержан в форме «клик-лит» (от англ. «click-lit», «литература для «кликания мышкой») – то есть, рассчитан на прочтение с интерактивного экрана. Интересно, что содержание интерактивной книги вписывается в традиционное сюжетное поле образцов так называемой «chick-lit», – «сугубо» женской, «легкой» литературы, и название этого жанра фонетически перекликается с инновационным «click-lit». «Найди меня, я твой» – история о девушке, которая находит в приобретенной на интернет-сайте видеокамере видеописьмо от незнакомца, в котором последний призывает ее испытать судьбу, выполнить ряд необычных заданий и встретиться с ним в качестве награды.

Обращаясь к медиагибридам, формирующимся непосредственно на базе экранных искусств, следует отметить популярный в интернет-среде жанр «мэш-ап» (от англ. mashup – гибрид). Термин mashup используется сегодня в музыкальной индустрии, веб-технологиях, литературе и креативном монтаже видео, всегда означая творческое смешивание ранее существующих элементов с целью создания нового произведения. В музыкальной индустрии, мэшап – это музыкальная композиция, состоящая из нескольких популярных произведений, в литературе– произведение, в основе которого лежит другое, часто классическое, в сочетании с элементами нового жанра, нередко чуждого первоисточнику, – триллера или «хоррора»: «Тимур и его команда и вампиры», автор - Т. Королева;

«Гордость и предубеждение и зомби» (Pride and Prejudice and Zombies), «Авраам Линкольн: охотник на вампиров» (Abraham Linkoln: Vampire Hunter), автор - Сет Грэм-Смит; «Чайка», автор – Борис Акунин.

Фокусируясь на монтажных креативных видеокомпиляциях, важно отметить юмористические «мэш-апы», например, созданные фанатами на основе «культовых» фильмов и телесериалов, музыкальные видео-«мэш-апы», а также псевдо-«трейлеры» несуществующих кинокартин.

Примером может послужить популярный в Интернете ролик, представляющий собой компиляцию из фрагментов девяносто девяти американских «блокбастеров», смонтированный как единый трейлер вымышленного остросюжетного фильма, под названием «Eterna» (2013). Автором ролика выступил режиссёр монтажа из Белоруссии Вадим Худобец. Благодаря высоким художественным характеристикам и авторской концепции, данный «псевдо-трейлер» не только принёс автору мировую известность, после того, как интернет-портал vimeo.com отнёс его к категории «выбор редакции», но и заставил аналитиков обратить внимание на стереотипичность современных американских высокобюджетных «боевиков», фрагменты которых легко собираются в последовательное повествование, выстроенное по определённой, «привычной» схеме классического голливудского трейлера.

Важная в рамках современной медиакультуры форма медиагибрида – видеоблоги, то есть визуализированные авторские дневники. В рамках нашего исследования целесообразно остановиться на видеоблогах, рассчитанных на целевую аудиторию от четырнадцати до двадцати четырех лет – то есть тот ее сегмент, который в современной зарубежной практике ранее иронически называли «скринэйджерами» (англ. «screenager», производный термин от «screen» – экран и «teenager»). Сегодня новое поколение активных пользователей, которые молоды настолько, что не застали жизни вне концепции WEB 2.0, нередко называют «поколением Z» и первым по-настоящему «цифровым» поколением[462].

---

[462] Например, Williams A. Move Over, Millennials, Here Comes Generation Z//The New York Times. Pe

В отечественном сегменте Интернета примеры, ориентировочно рассчитанные на данный сегмент, можно найти, в частности, среди видеоблогов, объединённых общим брендом «блогер-агентства» «Абрикос Медиа». Создатели агентства, двадцатисемилетний М.Брандт и двадцатичетырехлетний К.Павлов, также являющиеся известными в российской интернет-среде блоггерами, в 2015 году приняли решение объединить популярных молодых видеоблоггеров в рамках одного проекта. Тематически видеоблоги, относимые к «Абрикос Медиа», варьируются от юмористических до «полупрофессиональных» и посвящённых повседневности или стилю жизни авторов. Интересно, что ключевым для видеоблога описываемого типа является именно «сконструированный» образ его автора. Этот тезис лучше всего иллюстрирует высказывание Константина Павлова: «Сейчас идёт такая тенденция, когда шестнадцатилетние, семнадцатилетние блогеры сильно выстреливают. То есть именно они, как культ личности видеоблогинга, когда почитают не их видео, а их самих. <…> А есть, [блоггеры] которые стараются, делают какие-то шоу <…> А люди не смотрят. Потому что он делает шоу, какую-то программу, а люди хотят смотреть на своего героя»[463]. Важно отметить, что стилистика видеоблоггинга, заключающаяся прежде всего к прямому обращению к аудитории через камеру, транслируется как в западные, так и в отечественные экранные искусства. Примером из отечественной практики может послужить сериал телеканала ТНТ «Реальные пацаны» (2010-2016, реж. Ж.Кадникова), где герои регулярно обращаются к камере. В зарубежной практике стилистику видеоблога демонстрирует, например, документальная картина «Жизнь как сон» (Beyoncé: Life Is But a Dream, США, 2013, реж. Б.Ноулз и др.).

В рамках нашего исследования особенно интересен и актуален гибкий формат, который может содержать в себе элементы видеоблога, наряду со множеством других, приобретающий все большую популярность в интернет-пространстве и распространяющий свое стилевые особенности на другие области

[463] *Цит.по* «Создатели канала LizzzTv: “Нам предложили 150 миллионов за наше блогер-агентсво Abrikos Media”». URL:http://nz1.ru/shou-biznes/3647-sozdateli-kanala-lizzztv-nam-predlozhili-150-millionov-za-nashe-bloger-agentsvo-abrikos-media.html (дата обращения 11.05.2016).

аудиовизуальной культуры, – видеоэссе, а в качестве его предтечи – жанр киноэссе.

Прежде чем обратиться непосредственно к двум обозначенным формам экранных произведений, необходимо остановиться на базовом для них понятии «эссеизма» и определить ключевые черты этого комплексного явления, отсылающего к философии и литературе. Слово «эссе» (от фр. essai – «попытка», «проба»), как дефиницию жанра, актуальную по сей день, ввел французский писатель и философ М.Монтень, озаглавив ставший впоследствии классическим сборник вольных по композиции и содержанию аналитико-философских литературных полупризнаний-полурассуждений – «Les Essais»[464]. Любопытно, что художественные особенности этого произведения, в несколько неточном русском переводе, – «Опытов»: отсутствие жёсткой структуры, множество цитат, сопоставляемых с очень личными наблюдениями, и в целом, ориентация на личное, индивидуальное мировосприятие автора, – впоследствии сообщились всем формам, жанрово соотносимым с эссеистикой, в том числе и кино- и видеоэссе.

Один из важнейших аспектов заключён в самом названии: эссе – это всегда попытка, и тот факт, что в отечественной литературной и экранной традиции этот формат никогда не был так популярен, как в зарубежной, возможно, отсылает к изначальному диссонансу в переводе: опыт – это нечто более весомое, значимое и подготовленное, следовательно, требующее большего мастерства и вложения творческих сил, нежели только попытка этот опыт описать или отразить в звукозрительных образах. Попытка не требует масштабного подхода к своему воплощению. Эссе никогда не претендует на звании истины в последней инстанции, оно «играет с возможностями всех <...> жанров, не укладываясь ни в один из них»[465] и представляет собой выражение личного мнения с обязательным добавлением «может быть»: «Может быть» – формула эссеистики, относящаяся <...>, уже не только к изображаемой действительности, но и к самим способам

[464] Монтень М. Опыты. М.:Терра-Книжный клуб, 2009. – 1696 с.
[465] Эпштейн М. Философия возможного. С-Пб.: Алетейя, 2001. С.240.

изображения – некая «метагипотеза», объемлющая повествовательное искусство, философию, науку, дневник, исповедь, исторический документ как пробные формы сознания»[466]. Эссе, литературное, кино- или видеоэссе исследует «специфическую форму и функцию индивидуальности»[467].

Эссеизм – это не столько совокупность приёмом и методов, сколько метод мышления, при котором «мысль прорабатывается через образ»[468], заключённый в эластичную форму, возникающую на стыке документалистики и художественного вымысла. Упомянутый образ – это не столько образ художественный, сколько многослойный, комплексный, достоверный с точки зрения формирующего его автора, «квазимифологический»[469] – то есть, фактически, «“миф”, опровергающий свою собственную коллективистскую и синкретическую природу, “миф”, созданный одним человеком об одном человеке [*или* предмете] и показывающий процесс своего создания»[470].

Иными словами, помимо ощутимого присутствия автора как основополагающего фактора, особое положение занимает сам предмет, которому эссе посвящено. Позиция этого предмета отсылает нас к хрестоматийному для искусствоведения понятию остранения, введённому в обращение В.Б. Шкловским[471], при котором вещь, явление или проблема, которой посвящено эссе, демонстрируется в неожиданном ракурсе, выводится из привычного контекста, становится странной и важной: «сам предмет <…> превращается в метод <…>, в точку отсчёта, первопонятие. Предмет, постигаемый эссеистически, как бы сам создаёт дисциплину о себе, из объекта методологии превращается в субъект, из мыслимого понятия – в мыслящее понимание самого себя»[472].

Эссе, в любом своём проявлении, – безусловно, медиагибрид, для которого характерно взаимовплетение множества элементов: «частью признание, как

---

[466] Там же.
[467] Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. С.287.
[468] Эпштейн М.Н. Парадоксы новизны. О литературном развитии XIX-XX веков. М.: Советский писатель, 1988. С.370.
[469] Эпштейн М.Н. Парадоксы новизны. О литературном развитии XIX-XX веков. М.: Советский писатель, 1988. С.361.
[470] Там же. С.360.
[471] Шкловский В.Б. Искусство как прием. URL: http://www.opojaz.ru/manifests/kakpriem.html (по изданию – Шкловский В. Б. О теории прозы. – М.: Круг, 1925. С.7-20).
[472] Эпштейн М.Н. Эссеистика как нулевая дисциплина. URL: http://www.emory.edu/INTELNET/mt_essayistic.html (дата обращения 10.05.2016).

дневник, частью рассуждение, как статья, частью повествование, как рассказ. Эссе только тогда остаётся собой, когда непрестанно пересекает границы других жанров»[473] и использует заимствованные из них приёмы: «провокацию, элементы деконструкции, орнаментализацию объекта, игровые вариации на темы объекта, смысловое зондирование массива текста»[474]. Все перечисленные особенности значимы равно как для литературного эссе, так и для экранных вариаций этого жанра.

В рамках данной работы особенно важно, что гибридна не только сама форма эссе, но и его содержание, призванное сопрягать «разноуровневые и разнокачественные понятия»[475]. Для аудиовизуальных искусств это означает не только столкновение смыслов, но и сплетение различных художественно-выразительных средств в рамках одного экранного произведения: сочетание пластической выразительности анимационного изображения с ритмичной динамикой хроники; соединение изобразительно-звуковых образов с текстом; контраст симулякра реальности, выполненного с помощью компьютерной графики, и документальной реальности любительского интернет-видео, и т.д. Для экранных эссе характерна коллажность в сопоставлении кадров и витражность, многослойность изображения, так как они, равно как и их литературные предшественники, отражают процесс мышления, мозаичный по своей сути, а в современной ситуации ещё и усугублённый общей нелинейностью потоков медиа и экранной информации и дискретностью цифровых технологий.

Этот тезис подводит к особой важности монтажа как краугольного выразительного и драматургического метода кино- и видеоэссе: «Суть эссеизма в том, чтобы представить предмет именно через те <…> ряды [в случае с аудиовизуальными искусствами – ряды звукозрительных образов], которые делают его непредставимым <…> Что может быть представлено – это промежуток, зазор между знаками предмета и им самим»[476]. Неслучайно для

[473] Эпштейн М.Н. Эссе об эссе. URL: http://www.emory.edu/INTELNET/esse_esse.html (дата обращения 10.05.2016).
[474] Новая философская энциклопедия. Эссеизм. URL: /URL: http://iph.ras.ru/elib/3571.html (дата обращения 10.05.2016).
[475] Эпштейн М.Н. Эссеистика как нулевая дисциплина. URL: http://www.emory.edu/INTELNET/mt_essayistic.html (дата обращения 10.05.2016).
[476] Там же.

жанра киноэссе и видеоэссе характерен ассоциативный монтаж, в котором ряды ассоциативных изобразительно-звуковых образов сталкиваются между собой через зазоры – монтажные склейки, рождающие третий смысл и то, что может быть представлено о предмете эссе.

Мысль о важности монтажа, как ключевого художественно-выразительного средства для кино- и видеоэссе подводит нас к вопросу о роли текста в экранных воплощениях этого исконно литературно-философского жанра. Вопрос соотношения, а иногда и конфликта текста (зачитанного диктором или титрованного), звука и изображения – один из центральных в проблематике эссе как экранного произведения.

Для анализа соотношения текстуальной и аудиовизуальной составляющей в рамках киноэссе целесообразно сразу обратиться к примерам из мирового и отечественного кинопроцесса. Родоначальником жанра считается французский режиссер-документалист Крис Маркер. Его фильм «Без солнца» (Sans soleil, Франция, 1982), сегодня относимый к киноклассике, представляет собой виртуозную монтажную компиляцию кадров-воспоминаний, снятых в Японии, Африке, Америке, Исландии и Франции и сопровождаемую текстом: письмами от вымышленного адресанта, кинооператора-путешественника, вымышленному адресату, роль которого исполняет зачитывающий их вслух закадровый женский голос. Любопытно, что название ленты отсылает к одноименному вокальному циклу, написанному М. П. Мусоргским, для которого характерны «углублённый психологизм, разорванность мелодического изложения, изменчивая зыбкость смутных, неясных образов сопровождения»[477]. Все эти характеристики, безусловно, относятся и к фильму К. Маркера.

«Без солнца», заслуживший признание как критиков, так и зрителей, которые характеризуют его как «головокружение времени»[478], отвечает ключевым характеристикам киноэссе. Во-первых, это – глубоко личное кино-высказывание. Несмотря на то, что сам режиссёр-автор или какие-либо прямые ссылки на его

[477] Попова Т. В. Мусоргский. М.: Госмузиздат, 1955.
[478] Рецензия пользователя сайта kinopoisk.ru от 11 апреля 2016 URL: https://www.kinopoisk.ru/film/55022/ (дата обращения 11.05.2016).

присутствие в ходе экранного повествования отсутствуют, ключевые персонажи картины и даже вымышленный брат главного героя, композитор фильма, представляют собой его расщепленное альтер-эго, а сам фильм отражает ход мыслительного процесса автора, в котором воспоминания, образы и ассоциации сливаются в негомогенный, но целостный поток.

Во-вторых, лента представляет собой явно гибридную, коллажную форму: изображение частично сняты автором, частично заимствованы из других источников; кроме того, в фильме присутствуют вкрапления стилизованной компьютерной графики. Однако «сцепление» общей негомогенной экранной субстанции; столкновение смыслов и последующее рождение на монтажных стыках смыслов новых происходит исключительно за счёт текстовой составляющей: без сопроводительного текста полностью считать авторский замысел не представляется возможным.

Возможно, этот пример фильма, во многом определившего жанр, и привёл к тому, что текст стал нередко интерпретироваться как абсолютная доминанта в экранном эссе, коль скоро оно наследует традиции литературного. В конечном итоге, это привело к тому, что помимо других классических образцов жанра: например, картин О.Уэллса «Фальшивка» (F for Fake, Франция-Иран-ФРГ, 1973) и «Снимая “Отелло”» (Filming «Othello», ФРГ, 1978) к фильмам-эссе стали относить документальные и полудокументальные картины, излагающие позицию автора (например, фильмы режиссёра В.Херцога), фильмы-воспоминания, фильмы-ассоциации («Древо жизни», The Tree of Life, США, 2010, реж. Т.Малик; «Зеркало», 1974, реж. А.Тарковский), а также вовсе лишённые монтажа общественно-политические высказывания («Письмо Джейн», Letter to Jane: An Investigation About a Still, Франция, 1972, реж. Ж.-Л. Годар, Ж.-П. Горен).

С другой стороны, вышедший на большие экраны в том же, что и «Без солнца», 1982 году, «Койяанискаци» (США) режиссера Годфри Реджио поставил под сомнение вопрос центральной роли текста для жанра киноэссе. «Койяанискаци» (в переводе с языка индейцев хопи – жизнь, выведенная из равновесия) – первая часть резонансной трилогии «Каци» (жизнь),

представляющей собой тройное киноэссе, полностью лишенное текста в виде голосового сопровождения или титров и опирающееся исключительно на монтажное сопоставление кадров и музыкальное оформление. Трилогия, тем не менее, ясно транслирует проблему, о которой размышляет автор – взаимодействие человека и технологий, а точнее, проникновение технологий в природу и жизнь; и его отношение к этой проблеме, пусть и не выраженное словом, легко считывается аудиторией через звукозрительные образы и удивительную выразительность видеоряда и музыкального сопровождения. Опыт «Каци» позволил отследить черты эссеистики в кинокартинах, опирающихся на визуальную составляющую и монтаж, как основной художественно-выразительный (нередко – и манипулятивный) приём: вплоть до «Триумфа воли» (Германия, 1935) и «Олимпии» (Германия, 1938) Л.Рифеншталь.

Обратившись к вопросу взаимодействия текста, изображения и звука в современной отечественной кинопрактике, интересно рассмотреть кинофильм Андрея Хржановского «Полторы комнаты, или Сентиментальное путешествие на Родину» (2008), посвящённый Иосифу Бродскому. Критики отмечают, что фильм произведен на «стыке почти всех возможных форматов»[479]: кинематографа, анимации, в которой использованы «оживлённые» рисунки самого Бродского, поэзии и прозы, классической музыки, хроники, псевдодокументалистики – то есть смешения документальных и вымышленных образов с помощью компьютерных технологий. В рецензиях, опубликованных на отечественном интернет-ресурсе kinopoisk.com зрители и критики метафорически категоризируют «Полторы комнаты...» как «ностальгическое макраме», «фильм-ассоциацию», «полистиличный медиафильм». Исходя из упомянутой полистилистики, а также вследствие доминирования яркой авторской позиции над строгой биографической достоверностью, мы, вслед за кинорежиссёром А.Германом склонны охарактеризовать картину «Полторы комнаты, или

[479] Волобуев Р. Ностальгическое макраме по мотивам автобиографии Бродского. Афиша. URL: https://www.afisha.ru/movie/193560/review/273131/ (дата обращения 10.03.2016).

Сентиментальное путешествие на Родину», как киноэссе[480], для которого текст, безусловно, играет определяющую роль, так как картина основана на прозе И. Бродского, и зачитанные отрывки из его эссе «Полторы комнаты» звучат на протяжении практически всего фильма наравне с отрывками стихов. Важно, что изобразительно-звуковые образы практически не вступают в противоречие с закадровым текстом, не создают жёстких контрапунктов или неожиданных смыслов, как в случае, например, с рассмотренным выше «Без солнца».

Исходя из сопоставления примеров киноэссе или фильмов с ярко выраженными чертами эссеизма, можно утверждать, что художественный метод, при котором изображение идёт «вслед» за сильным литературным источником – более зрительский вариант интерпретации рассматриваемого жанра. Неслучайно ненаделенная закадровым голосом трилогия «Каци» и построенный на сложном ассоциативном контрапункте и поиске третьего смысла «Без солнца» нередко характеризуются как киноэксперименты, в то время как «Полторы комнаты...» – это, безусловно, зрительское кино, чётко ориентированное на аудиторию, лояльную к творчеству И.Бродского.

Внутрикадровые взаимоотношения текста, звука и изображения интересно рассмотреть и обратившись к жанру видеоэссе, как к современному, гибкому и крайне актуальному, в частности, для интернет-пространства, формату, возникновение которого в равной степени обусловлено как развитием технологий, так и наследием жанров киноэссе.

Видеоэссе – жанр, в первую очередь, более «демократичный», что достигается за счёт среды, для которой он характерен. Интернет, как глобальная культурная «база данных» делает возможным и простым многократное заимствование, цитирование, нередко ироничное, трансформацию образов, органичное или контрапунктное вплетение элементов множества медиавидов и форматов в ткань основного видеопроизведения, авторское сопоставление различных идей, символов, фрагментов, изображений, музыкальных композиций

[480] Малюкова Л. Алексей Герман: «Агрессивное мракобесие съест всех»//Новая газета. URL: http://www.novayagazeta.ru/arts/68161.html (дата обращения 11.03.2016).

и т.д. Следует также отметить совокупность все более доступных технических и технологических средств производства и постпроизводства видеопродукта. Речь идёт о съёмочном оборудовании, программном обеспечении для видеомонтажа, цветокоррекции, производства анимации, компьютерной графики и моушн-дизайна, звукозаписи и редактирования звука, обработки фотографий и статичных изображений и т.д. Кроме того, невозможно не упомянуть значительное число фото- и видеобанков, представляющих собой огромные архивы аудиовизуального материала, также более чем доступных для заинтересованных в производстве творческого экранного продукта пользователей. Таким образом, сегодня создать видеоэссе по образу и подобию киноэссе, или же вариацию этого жанра, отвечающую принципам интернет-культуры, может практически любой пользователь компьютера и Интернета.

С точки зрения современной интернет-культуры к видеоэссе могут быть отнесены и визуализированное публицистическое высказывание, и эстетизированная компиляция различных аудиовизуальных материалов, объединённых авторской концепцией, и поэтическое видеопроизведение, и образовательный научно-популярный видеоколлаж.

Киноэссе имеет интертекстуальную природу, равно как и видеоэссе, однако последнее, все более внедряясь в интернет-пространство, как правило, отличается небольшим хронометражом и крайне высокой концентрацией не только монтажных, графических и звуковых приёмов, но и смыслов, аллюзий, цитат, образов и т.д. Таким образом, можно говорить о перенасыщенности рассматриваемых жанров образами информации, требующими расшифровки.

Расшифровать ключевые для того или иного видеоэссе образы по ходу повествования бывает практически невозможно, но совершенно необходимо. В этом случае «на помощь» аудитории приходят, во-первых, гипертекстуальная природа Интернета, как медиаканала, а также важное для информационного общества в целом и Интернета, в частности, понятие «метаданных» – то есть, фактически, «информация об информации». Так, например, технологии «интерактивного видео» сегодня позволяют «вшивать» прямые гиперссылки

непосредственно в видеопродукт, а сайты, на которых, видеоэссе могут быть опубликованы, практически всегда предоставляют место для текстуально оформленных метаданных, которые представляются автору наиболее важными.

Краеугольной характеристикой видеоэссе, так же как и для киноэссе, выступает наличие индивидуальной, авторской позиции, ощущения косвенного «присутствия» автора. Важно, что в случае с видеоэссе, размещённым в Интернете, даже при отсутствии прямой демонстрации автора на экране, его образ формируется не только за счёт совокупности использованных звукозрительных образов и художественно-выразительных приёмов. В Интернете массивы информации связаны между собой гиперссылками, то есть запрограммированными прямыми путями на веб-страницы, содержащие необходимую информацию, что позволяет говорить о его гипертекстуальной природе. Индивидуальный образ автора «распыляется», фрагментируется, благодаря заранее проложенным «маршрутам» на его страницы в социальных сетях, интернет-дневники, указанные автором сторонние интернет-ресурсы. Все это можно без труда и специальных технических навыков разместить в текстовом описании аудиовизуального произведения, например, на видеохостинге YouTube или же «вшить» непосредственно в ткань кадра.

В интернет-пространстве, помимо прочих, реализуются сценарий социального взаимодействия, при котором «Индивидуальное «Я», лишённое самотождественности, оказывается раздробленным, фрагментированным, расчленённым», характерный для драматического подхода к символическому интеракционизму[481]. Подобное «расщепление» автора в нескольких полу- или полностью вымышленных образах или альтер-эго (ведь именно так можно охарактеризовать виртуальные «самопредставительства» пользователя в Интернете) отсылает к рассмотренному выше «прародителю» жанра – «Без солнца» К.Маркера. Возможность существования описательных данных и гиперссылок, подразумевающих самостоятельное перемещение по ним

[481] Интеракционизм (от англ. interaction – взаимодействие), или символический интеракционизм – теоретико-методологическое направлние в социологии и социальной психологии, анализирующее символические аспекты социальных взаимодействий. Сторонники социодраматического подхода к интеракционизму объясняют социальную жизнь как реализацию метафоры «драмы», анализируя взаимодействия в таких терминах, как «актёр», «маска», «сцена», «сценарий» и т. п.

зрителя, не только вносит необходимость переосмысления взаимоотношения текста, звука и изображения в видеоэссе по сравнению с киноэссе, но и заставляет задумываться о вопросе интерактивности, как о новоприобретённой характеристике рассматриваемого жанра.

Приобретение интерактивности открывает принципиально новые перспективы для множества жанров экранного искусства, в том числе и для видеоэссеистики: «пассивный зритель трансформируется в активного пользователя, который может не только воспринимать и интерпретировать медийное сообщение, но и физически взаимодействовать с аудиовизуальным контентом. Чтобы продвигаться дальше по проекту, пользователю необходимо принимать решения, совершать выбор»[482]. С точки зрения видеоэссе это означает трансформацию интеллектуального или развлекательного, иронического или философского, поэтического или прозаического, монолога в диалог или полилог. Сегодня это вполне доступно за счёт ставших привычными средств коммуникации аудитории и авторов: в частности, возможности открытого комментирования опубликованного видеоматериала. Такая трансформация, в конечном счёте, может привести к дальнейшей эволюции жанра видеоэссе.

Любопытно, что образцы видеоэссе, полностью обращённые в сторону традиционной литературной формы и ориентированные на «подгонку» изобразительного и звукового ряда под зачитанный заранее литературный текст (примеры именно такого подхода можно найти в специализированном западном интернет-издании Blackbird[483]) нередко выглядят не отвечающими специфике современного интернет-пространства, претенциозными, старомодными и сложными для восприятия; в то время как варианты, в которых текстуальная составляющая рассредоточена по ссылкам, описательным метаданным, творчески затитрована и вплетена в ткань кадра и не стремится доминировать над аудиовизуальными образами, неизменно находят своего зрителя и, что немаловажно для интернет-культуры, последователя.

---

[482] Санти Б. Интерактивная документалистика: новые возможности цифровой среды и особенности деятельности режиссера//Cyberleninka. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnaya-dokumentalistika-novye-vozmozhnosti-tsifrovoy-sredy-i-osobennosti-deyatelnosti-rezhissera (дата обращения 10.03.2016).

[483] URL: http://www.blackbird.vcu.edu/ (дата обращения 10.02.2017).

Актуальный пример из зарубежной практики – документальный проект «Задокументируй свою жизнь» (Document your life). Автор проекта – двадцатилетняя «блоггер» из Нидерландов, Лорен Ханна, которая в 2012 году начала раз в месяц публиковать на видеохостинге YouTube видеоэссе длительностью, в среднем, до семи минут, представляющие собой креативные монтажные видеоколлажи, сопровождаемые стилистически подходящей музыкой и отражающие все важное, что произошло с Лорен за последние тридцать дней. Видео быстро набрали популярность в Интернете, не только благодаря интересу различных групп аудитории к повседневной жизни в Нидерландах, которая прекрасно продемонстрирована в коротких и лёгких для восприятия видеороликах, но и вследствие интереса схожей возрастной аудитории к образу самой Лорен, который ненавязчиво и косвенно, но все же выступает главным в этом видеосериале. Важно, что образ Лорен дополнен также ссылками на ее тематические интернет-дневники и профиль в социально-информационной сети Twitter.

Сегодня проект «Document your life» может по праву считаться интернациональным и масштабным, так как впоследствии Лорен привлекла к участию в проекте и представителей аудитории. Создавать и публиковать в Интернете схожие по формату документально-поэтизированно-музыкальные видео, посвящённые своей собственной повседневной жизни в тот или иной месяц, могут пользователи со всего мира. Видеоролики каталогизируются и складываются в общую связную глобальную картину, опираясь на принципы фолксономии, то есть практики совместной полуавтоматической категоризации и классификации данных пользователями Интернета. Благодаря коммуникационным возможностям Интернета все участники проекта и заинтересованная аудитория могут находиться в постоянном полилоге.

«Задокументируй свою жизнь» – проект, отражающий сразу несколько ключевых тенденций современной экранной культуры: постоянное возрастание популярности личного видеоэссе как жанра в Интернете, а также формирование и отражение с его помощью образов автора и «остранённой» повседневности.

В качестве родственного проекта из отечественной практики можно рассмотреть характерный для видеохостинга YouTube формат «Нарисуй свою жизнь». Чаще всего к нему прибегают популярные у молодёжной (16-20 лет) аудитории видеоблоггеры (от англ. vlogger – пользователи, регулярно снимающие и публикующие в Интернете тематические видео, формирующие своеобразные аудиовизуальные циклы-«дневники»), представляющие свою краткую биографию в виде креативного сочетания видео и анимации. Подобный пример правильнее всего было бы отнести к подвиду рассматриваемого жанра – биографическому видеоэссе, также крайне актуальному для современной, ориентированной на лаконичные гибридные аудиовизуальные форматы, интернет-культуры.

Интересно, что для проектов, подобных рассмотренному выше «Задокументируй свою жизнь», авторы используют материал, снятый собственноручно. Это способствует тому, что элементы «любительской» эстетики все прочнее укореняются в экранном языке, постепенно мигрируя из интернет-пространства коммерческий кинематограф, телевидение, музыкальную индустрию. Яркий пример из зарубежной практики – музыкальный видеоклип исполнительницы Ланы Дель Рей «Video games», стилизованный под характерный для интернет-пространства видеоколлаж и ставший впоследствии «рекордсменом» по количеству просмотров. Видео другой американской певицы, Бейонсе Ноулз, «7/11», стилизовано под «любительскую нарезку» из съёмочных материалов веб-камер.

Кроме того, именно Бейонсе Ноулз вывела жанр видеоэссе на новый уровень признания в популярной культуре, в 2016 году выпустив концептуальный визуальный альбом «Лемонад» (Lemonade, США, продюсер Б.Ноулз и др.), который, в сущности, представляет из себя личное видеоэссе, составленное из нескольких смысловых частей. Музыкальные композиции в альбоме подчинены нескольким центральным темам; видеоряд, к созданию которого привлекались известные кинорежиссёры отличается глубокой образностью, а «скрепить» отдельные части в единое целое помогают зачитанные исполнительницей поэтические отрывки. «Лемонад» стал крайне резонансным медийным событием

2016 года, что подтверждает тезис об актуальности жанра видеоэссе. Интересно, что документальная биографическая лента, срежиссированная Бейонсе в 2013 году «Жизнь как сон» (Beyoncé: Life Is But a Dream, США, 2013, реж. Б.Ноулз и др.) также содержит в себе элементы эссеизма.

Любопытно, что своё оригинальное осмысление инфильтрация любительской эстетики в экранную культуру и роль Интернета в этом процессе получили в «чёрной» комедии В. Сигарева «Страна ОЗ» (2015), где герой Владимира Симонова, бард-интеллектуал, ужасается, услышав, что его собеседница, главная героиня фильма, наивная провинциалка, практически не пользуется Интернетом, а вслед за этим предлагает ей посмотреть размещённый на видеохостинге посредственный видеоклип с типичной, даже утрированной, любительской стилистикой, с гордостью добавляя: «Монтаж – мой!».

Интересно, что влияние Интернета на аудиовизуальные искусства приводит к постепенному стиранию черты между эстетикой любительской и документальной. Повсеместная фиксация фактов собственной жизни и наблюдаемой реальности посредством видео- и фотокамер – фундаментальная для современности тенденция, так как современная аудитория, в сущности, состоит из операторов-документалистов или хроникёров, чаще всего, однако, не владеющих съёмочной техникой на профессиональном уровне. Таким образом, сложные взаимоотношения в рамках современных экранных искусств любительской, документальной, хроникальной эстетик – это, безусловно, интересная тема для отдельного исследования.

Примерами «смешения» и дальнейшего развития любительской и документальной эстетики могут послужить многосерийные фильмы режиссёра Валерии Гай Германики «Школа» (2010) и «Краткий курс счастливой жизни» (2011). В целом, творчество молодого отечественного режиссёра В.Г. Германики представляет собой интересный пример, который уместно рассмотреть в рамках данной главы. Ученица крупнейшего российского документалиста Марины Разбежкиной, Гай Германика привнесла в свои художественные фильмы своеобразный документально-любительский стиль. Это произошло органично,

так как дебютный полнометражный художественный фильм Валерии «Все умрут, а я останусь» (2008), по сути, является развёрнутой вариацией её документальной ленты «Девочки» (2005). Любопытно, что, если в случае с «Девочками» равно как зрители, так и критики, отмечали «любительскую» стилистику («талантливая любительщина»[484], то в полнометражном дебюте Германики её называли уже «документальной». Тем не менее, технические и творческие приёмы, использованные в обоих фильмах, – ручная камера, естественное звуковое оформление, дедраматизация сюжета, проявившаяся в снятии очевидной актёрской игры (или полное отсутствие игры, как таковой, в случае с «Девочками») весьма схожи. Документальная эстетика фильма «Все умрут, а я останусь» развивает обозначенную тенденцию.

Кроме того, Гай Германика использует в фильмах легко узнаваемые мотивы, ставшие современными интернет-штампами. Например, сцена драки двух девочек-подростков в финале «Все умрут, а я останусь», по сути, представляет собой реконструкцию излюбленного сюжета популярных жестоких любительских видео, публикуемых на различных видеохостингах юными пользователями. Один из героев фильма иллюстрирует эту тенденцию, снимая происходящее на мобильный телефон. Такие примеры позволяют говорить о процессе своеобразной фольклоризации экранного зрелища.

Актуальными в рамках данной работы примерами медиагибридов, сгенерированными на стыке кино и интернет-видео, могут послужить проекты «Жизнь за один день» (англ. Life in a day, Великобритания, США, 2011, продюсеры К.Макдональд, Р.Скотт) и последовавшие за ним проекты: «Великобритания за один день» (Britain in a Day, Великобритания, 2012, продюсеры К.Макдональд, Р.Скотт), «Япония за один день» (Japan in a Day, Великобритания, Япония, 2012, продюсеры Р.Скотт, Л.Маршалл) и др. Упомянутые примеры интересны тем, что фактически представляют собой «киноколлажи», посвящённые выбранной теме и «собранные» в цельное

[484] Волобуев Р. Каннский лауреат, аутентичное кино про старшеклассниц//Афиша. URL: http://www.afisha.ru/movie/188389/review/247240/ (дата обращения 10.04.2015).

произведение тандемом известного режиссёра и продюсера из разрозненных, мозаичных видеофрагментов, присланных непрофессиональными авторами. Каждый такой видеофрагмент уже по сути представляет собой видеоэссе, и впоследствии множество таких произведений повторно фрагментируется и интерпретируется для вплетения в ткань окончательного полнометражного фильма.

«Жизнь за один день» также называют фильмом формата 2.0, опираясь на концепцию Web 2.0. Идейные вдохновители эксперимента − режиссёр Кевин МакДональд и продюсеры Тони и Ридли Скотт фактически могут быть названы со-режиссёрами или режиссёрами монтажа, ведь вместе с ним над фильмом работали около восьмидесяти тысяч кинематографистов со всей планеты.

Шестого июля 2010 г. крупнейший и наиболее видеохостинг YouTube анонсировал уникальный проект, для участия в котором пользователям этого сайта предлагалось загрузить на специально созданный канал видеоролик, посвящённый одному дню из своей жизни, а именно: двадцать четвёртому июля 2010 года. Самые лучшие, по мнению организаторов, видеоматериалы впоследствии были отобраны для финального монтажа фильма, призванного отразить один день жизни целой планеты. Как уже упоминалось выше, свою лепту в создание киноленты внесли десятки тысяч людей из ста девяносто двух стран мира. В руках кураторов проекта, в конечном итоге, оказалось четыре с половиной тысячи часов отснятого материала, из которого удалось создать кинопроизведение продолжительностью в девяносто четыре минуты пятьдесят три секунды экранного времени. Премьера фильма состоялась на американском фестивале «Сандэнс» (Sundance) в январе 2011 г. Первый показ фильм одновременно транслировался на официальном канале проекта на видеохостинге YouTube.

Тем не менее, при детальном рассмотрении и подробном анализе проект «Жизнь за один день» сложно назвать абсолютно инновационным. Несомненным художественно-эстетическим родственником картины является по-настоящему революционный «Человек с киноаппаратом» Дзиги Вертова, снятый еще в 1929

году. И в ленте основоположника документалистики Вертова, и в фильме Кевина МакДональда определяющую смысловую и стилистическую роль играет монтаж. Существенная разница заключается в том, что Дзига Вертов интерпретировал в фильме свой собственный видеоряд и съёмки оператора Михаила Кауфмана; в то время как авторы современного проекта для доказательства ключевой социальной идеи фильма пользовались сторонними видеоматериалами. По-настоящему новаторским в фильме «Жизнь за один день» является, во-первых, масштаб проекта, который неизменно подчёркивается в маркетинговой компании, а также качество отснятого материала. Сегодня можно с уверенностью утверждать: особый класс «кинолюбителей», в руки к которым попали профессиональные и полупрофессиональные инструменты кинопроизводства, практически полностью сформировался.

Любопытно, что центральная концепция проекта «Жизнь за один день» подвергалась критике в свете безвозмездного использования авторами результатов чужой творческой деятельности. Во-первых, неоднозначной выглядит правовая сторона проекта: в киноиндустрии принято оплачивать труд создателей фильма в случае коммерческого проката фильма. «Жизнь за один день», помимо трансляции в Интернете, демонстрировался и в кинотеатрах, а не только на экранах компьютеров; но со-авторы фильма из разных стран не получили никакого материального вознаграждения. Однако на такие условия игры авторы присланных видео-работ согласились добровольно, поэтому для данной статьи на первый план выходит другая проблема − этическая. Множество футажей и мини-фильмов, присланных на конкурс, представляли собой не просто набор хроникальных кадров, а вполне оформленные художественные высказывания, содержащие определённую авторскую идею. Тем не менее, в случае фильма «Жизнь за один день» − «режиссура уходит в монтаж»[485]; причём окончательный.

В реалиях современного социокультурного пространства очевидно, что

[485] Гольман Н. Мимо кассы «Я тебя люблю» Павла Костомарова и Александра Расторгуева. URL: https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/archive/i-love-you/ (дата обращения 05.04.2015).

словосочетание «монтаж правд», на которое уповал Вертов, представляет собой оксюморон, так как любой монтаж хроники − это уже интерпретация действительности, а интерпретации несвойственна объективность. Дзига Вертов демонстрировал не только возможности киноаппарата, но и счастливую жизнь советского народа; «Жизнь за один день» лишается убедительности ради предсказуемой социальности. Глобальность проекта; глобальность Интернета; многообразие и единообразие жизни, в которой происходит так много и одновременно не происходит ничего; сложности современного общества и вневременные радости бытия − за этими, без сомнения, важными, но не новыми тезисами, которые доказывают профессиональные монтажеры фильма, увы, теряются, за редким исключением, живые голоса любителей, приславших свои уникальные высказывания на конкурс. Эпизоды, в которых эти голоса прорезаются сквозь общую добротную канву фильма, обладают наибольшей художественной ценностью и новизной. Однако локальные конфликты микро-идей и макро-замысла неизменно ощущаются − если не при просмотре фильма, яркого, стильного, с визуальной точки зрения, грамотно смонтированного и драматургически выстроенного так, чтобы вызывать сильный эмоциональный отклик; то при его последующем анализе.

Проект «Жизнь за один день» создал весьма интересный культурный и художественный прецедент. Он послужил своеобразным доказательством того, что кинопроцесс в начале двадцать первого века любопытным образом повторил свой путь начала века двадцатого: теперь на просторах Интернета. Его можно обозначить как путь от хроники до художественной интерпретации действительности: пользователи Интернета, получив в руки сначала доступную съёмочную аппаратуру (видеокамеры, фотоаппараты, смартфоны), стремительно занялись фиксацией действительности; овладев инструментами монтажа и компьютерной графики, принялись ее анализировать и интерпретировать. Не одержав безапелляционной победы с точки зрения трансляции зрителям ключевой социальной идеи, проект «Жизнь за один день», тем не менее, выполнил не менее важную художественно-эстетическую функцию, послужив

призывом для кинолюбителей по всему миру взять в руки камеры и продолжить совершенствоваться и самореализовываться, шагая в ногу с развивающимися технологиями. В «Человеке с киноаппаратом» критики нередко усматривали такой же призыв к аудитории: становиться авторами, фиксировать действительность и анализировать[486]. Здесь уместно вспомнить, что Вертов фактически сам являлся кинолюбителем: просто вследствие того, что кино, как искусство в начале двадцатого века еще не достаточно сформировалось.

Тем не менее, сложно согласиться с термином «депрофессионализация» современного киноискусства, который можно сегодня услышать. Переход рабочих инструментов в руки любителей не делает кинопроцесс менее профессиональным. Понятие «кинолюбитель» не тождественно понятию «дилетант», и киноискусству свойственно игнорировать или «выбрасывать» из себя продукты подчеркнуто «дилетантского» свойства. Важно, что Интернет, как формирующая площадка нового класса кинолюбителей обладает еще и неисчерпаемыми образовательными ресурсами. Поэтому ключевая особенность, ожидаемая от новых кинолюбителей − это скорее свобода от стереотипов, культурных и социальных, а вовсе не невежественность[487].

Выводы ко второй главе.

- Мироощущение производителей и потребителей информационного и художественного контента в профессиональной, любительской и псевдолюбительской медиасредах сегодня испытывает влияние, с одной стороны, компьютерные технологий (компьютинга, от англ. computing) и, с другой стороны, интернет-технологий (концепции Web 2.0). Компьютерные технологии лежат в основе производства любого аудиовизуального произведения. Концепция Web 2.0 в корне изменила представление об

[486] Цивьян Ю., Хитрова Д. Дзига Вертов и другие кинолюбители//Сеанс. 2011. Июль, 28. URL – http://seance.ru/blog/kinogorod-tsivian/ (дата обращения 05.04.2015).

[487] Интересно, что один из самых стремительно развивающихся жанров в современном интернет-пространстве – жанр образовательного или публицистического эссе, посвященного спектру различных вопросов кинопроизводства. Круг авторов таких видеоэссе варьируется от профессиональных критиков до рядовых пользователей видеохостинга Vimeo. Частным проявлением этого подвида видеоэссе является так называемый «обзор» – критическая оценка того или иного экранного произведения, выдержанная в юмористическом ключе. «Классическим» для отечественного интернет-пространства примером такого формата можно считать обзоры Е.Баженова, известного под псевдонимом BadComedian.

обращении экранного произведения в медиасфере и обеспечила демократизацию и «десакрализацию» творческих процессов. Компьютерные и интернет-технологии обладают особенной логикой. Трансформируя творческое мышление авторов и восприятие аудитории, эта логика интегрируется в экранные произведения и влияет на их художественно-выразительное своеобразие.

- Компьютинг сообщает аудиовизуальным произведениям интерактивность, как художественно-выразительное средство; континуальную форму; поливариантность художественных решений, как основной принцип творческого процесса; «безъядерность» децентрализованной повествовательной структуры; нелинейную фрактальную структуру, моделирующую себя по принципу бесконечного повторения, вложения (и самовложения, то есть рекурсии), разветвления и последовательного масштабирования самоподобных структур, взаимосвязи между которыми выстроены на основе повторяющихся алгоритмов. Данные взаимосвязи – как информационные, так и эстетические, носят симбиотический и синергетический характер, который усугубляет стремление современного мультиплатформенного медиапространства к самоорганизации.
- Трансмедийные экранные произведения, как правило, базируются на оригинальном стилевом и формальном переосмыслении узнаваемой сюжетики, образно-тематического строя или отдельного художественно-медийного образа, знакомого одному или нескольким сегментам целевой аудитории. Подобная «предварительная осведомленность» (англ. pre-awareness) обеспечивает необходимый импульс для медийного расширения нарратива в мультиплатформенной среде и экспоненциально увеличивает важность самобытного и нешаблонного художественного оформления экранного произведения.
- Экранные искусства находятся в тесном взаимодействии с «коммуникационными институтами» – рекламой, PR, а также другми социокультурными областями – менеджментом, бизнесом, психологией и

др. Перечисленные области сегодня достаточно свободно заимствуют повествовательные методы и художественно-выразительные средства экранных искусств. Происходит и обратный процесс, вызывающий внедрение в аудиовизуальные произведения изначально «чуждых», «нерастворимых» в ткани художественного произведения, элементов. Подобные процессы в данном исследовании классифицируются как интеграционные и провоцируют формирование «медиасимбиозов».

- Медиасимбиоз – это объединение двух или более типов медиаканалов, медиаплатформ или медианосителей; часто, но не всегда, связанных общим «брендом», с целью достижения синергетического эффекта, при сохранении частичной или полной автономности элементов.
- Мультиплатформенность современной медиасферы подразумевает не только внекомпозиционное, но и внутрикомпозиционное взаимодействие экранных произведений, сгенерированных в различных медиасредах. Новые формы не только генерируются и приумножаются, но и взаимопроникают друг в друга, трансформируясь в постоянно усложняющиеся гибриды. Процессы взаимопроникновения различных видов медиа друг в друга и генезиса принципиально новых аудиовизуальных форм (медиагибридов) классифицируются в данной работе как инфильтрационные. Наиболее склонны к производству медиагибридов любительская и псевдолюбительская медиасреды.
- Медиагибрид – это принципиально новая аудиовизуальная форма или жанр, образованный в результате инфильтрационных процессов в медиапространстве, при которых происходит внедрение элементов различных типов медиа друг в друга. Гибридные художественные формы подразумевают своеобразную «многослойную» эстетику экранных произведений, при которой практически каждый кадр является полиэкраном, вследствие буквального «наслаивания» друг на друга видео, анимации, статичных изображений, текста, компьютерных эффектов, элементов моушн-дизайна. Значительное возрастание количества малых

экранов способствует развитию этой эстетики, так как именно малый экран предполагает возможность более полного восприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящий этап развития экранных искусств характеризуется структурной сложностью и противоречивостью художественного и информационного полей; усложнённым взаимовлиянием творческих и технико-технологических процессов; возрастающей необходимостью в практиках с высоким уровнем медиакомпетенции и прогрессивным информационно-образным мышлением, которые могут ориентироваться в динамичных художественных и медийных процессах. Процессы развития новых медийных форм, перемены в процессах миропостижения, творческой самореализации, коммуникации и процессы технико-технологической конвергенции находятся в ситуации взаимовлияния.

В ходе данного исследования была обоснована особая значимость категории трансмедийности для современной медиасферы.

Определено, что актуализация свойства трансмедийности осуществляется на двух уровнях – ментальном и технико-технологическом. Это обусловливает художественно-выразительное своеобразие трансмедийных экранных произведений.

Выявлено, что природа трансмедийности характеризуется формированием сложно-ассоциативных взаимосвязей между реальностью и художественным вымыслом и симбиотических взаимосвязей между различными видами медиа в рамках единой художественной или информационной системы. Посредством данных взаимосвязей осуществляется распространение сюжетов и персонажей в мультиплатформенном медиапространстве.

Определены особенности трансмедийных объектов в разных медиасредах – профессиональной, любительской и полупрофессиональной (или псевдолюбительской).

Обосновано, что необходимым и достаточным основанием для развития трансмедийности выступает инфотейнмент-продукт, характеризующийся демократизацией производства, персонализацией и «эмоционализацией» информационных сообщений; инфильтрацией игровых элементов в аудиовизуальные структуры.

Определено, что технология «сторителлинга» подразумевает превращение любой информации в «историю» (с персонажами, драматической структурой, художественным своеобразием), тем самым обеспечивая информации возможность являть себя аудитории в качестве развлекательного контента.

Трансмедийное повествование подразумевает систематическое использование множества каналов, платформ и носителей. Однако именно специфика интернет-пространства как среды зарождения трансмедийности определяет признаки художественно-выразительного своеобразия трансмедийных экранных произведений, включающие в себя интерактивность и иммерсивность, как художественно-выразительные средства; содержательную интертекстуальность; смысловую многозначность; стилистическое разнообразие; смешение любительской, документальной и художественной эстетики в рамках одного произведения/продукта; смешение реалистичной и условно-художественной образности в рамках одного произведения/продукта; принцип сюжетного самоподобия; принцип «незавершённости», «открытости» экранного произведения; звукозрительную «многослойность» экранных текстов;

гибридность формы; «безъядерность» децентрализованной повествовательной структуры; нелинейную структуру, моделирующую себя по принципу бесконечного повторения, вложения (и самовложения, то есть рекурсии), разветвления самоподобных структур.

В рамках исследования выведены подвиды трансмедийных произведений – «медиасимбиозы» и «медиагибриды», рассмотрены и проанализированы примеры их реализации в отечественных экранных искусствах. Медиасимбиоз определён как объединение двух или более типов медиаканалов, медиаплатформ или медианосителей, часто, но не всегда, связанных общим «брендом», с целью достижения синергетического эффекта, при сохранении частичной или полной автономности элементов. Медиагибрид представляет собой принципиально новую аудиовизуальную форму, образованную в результате инфильтрационных процессов в медиапространстве, при которых происходит внедрение элементов различных типов медиа друг в друга. Гибридные художественные формы подразумевают своеобразную «многослойную» эстетику экранных произведений, при которой практически каждый кадр является полиэкраном, вследствие буквального «наслаивания» друг на друга видео, анимации, статичных изображений, текста, компьютерных эффектов, элементов моушн-дизайна и т.д.

В контексте процессов медиагибридизации проанализированы также процессы так называемой «эссефикации»[488] (от «эссе», фр. essai – «попытка», «проба») современной медиасферы. В ходе исследования выдвинут и обоснован тезис об одновременном развитии в современной медиакультуре двух векторов понимания категории «опыта»: рекреационного, развлекательного опыта (в частности, экранные произведения-«аттракционы», инфотейнмент-контент) и личного опыта, получение которого возможно при соблюдении некоторых априорных условий (кино- и видеоэссе, видеоблоги, критические обзоры, видеогибриды – «мэш-апы», от англ. mash up) и др.

[488] Wampole C. The Essayification of Everything//Opinionater. The New York Times, 2013. URL: https://opinionator.blogs.nytimes.com/2013/05/26/the-essayification-of-everything/?_r=0 (дата обращения 11.02.2017).

По итогам исследования можно сделать важный с точки зрения практики современных экранных искусств вывод, согласно которому ключ к пониманию природы трансмедийности в экранных искусствах следует искать в областях, где кинематограф и телевидение пересекаются со сферами, традиционно воспринимаемыми как нетождественные искусствам – маркетингом, рекламой, PR, массмедиа, а также компьютерными, мобильными и интернет-технологиями. В сущности, перечисленные сферы определяют мышление современной аудитории, внутри определённых сегментов которой и зарождается импульс к эволюции практически любого экранного произведения или продукта в статус трансмедийного. Сам процесс сегментации аудитории вышел на принципиально иной уровень, благодаря взаимодействию перечисленных областей. Подготовка профессионалов экранных искусств, таким образом, сегодня должна включать в себя не только традиционный свод знаний, но и достаточно передовые сведения, касающиеся продвижения экранного продукта, менеджмента социальных медиа, копирайтинга, «вирусного маркетинга», теории коммуникаций, программирования и др.

Ряд важных аспектов процесса развития категории трансмедийности в экранных искусствах был проанализирован в данном исследовании. Однако перспективы описанных процессов и вопросы возрастающей иммерсивности, суггестивной способности, эстетической ценности, позиций автора и реципиента мультиплатформенных трансмедийных произведений и продуктов предполагают дальнейший анализ в рамках исследований различного плана.

БИБЛИОГРАФИЯ

Книги и научные работы

1. Адорно Т. Эстетическая теория. Библиотека Гумер – гуманитарные науки. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Adorno/EstTeor_Index.php
2. Арабов Ю. Н. Кинематограф и теория восприятия. – М.: ВГИК, 2003. – 106 с.
3. Арабов Ю. Н. Мастер-класс-01. Кинодраматургия. М.: Мир искусства, 2009. – 84с.
4. Аристотель. Поэтика. Риторика. – СПб.: Азбука, 2000. – 320 с.
5. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. – М.: БГК им. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 392 с.
6. Аронсон О. Коммуникативный образ: (Кино. Литература. Философия). М.: Новое литературное обозрение, 2007. – 384 с.
7. Аронсон О. В. Метакино. – М.: Ad Marginem, 2003. – 262 с.
8. Базен А. Что такое кино? – М.: Искусство, 1972. – 383 с.
9. Барбрук Р. Интернет-революция. М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2015. – 128 с.

10. Барт Р. Введение в структурный анализ повествовательных текстов. Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. М.: Издательская группа «Прогресс», 2000.
11. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. URL:http://yanko.lib.ru/books/cultur/bart-all.htm
12. Барт Р. Третий смысл: Исследовательские заметки о нескольких фотограммах С. М. Эйзенштейна. Строение фильма, сборник статей под ред. К.Разлогова. – М.: Радуга, 1984.
13. Барт Р. Camera lucida. – М.: Ad Marginem, 1997.
14. Бахтин М. М. Автор и герой. К философским основам гуманитарных наук. – СПб.: Азбука, 2000. – 234 с.
15. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики.–М.: Художественная литература, 1975. – 504 с.
16. Бахтин М.М. Из жизни идей. - М.: Лабиринт, 1995. –151 с.
17. Бахтин М.М. Проблемы творчества Достоевского. URL: http://www.vehi.net/dostoevsky/bahtin/index.html
18. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. – М.: Советская Россия, 1979. – 320 с.
19. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
20. Белокопытов, Ю.Н. Синергетический механизм поведения личности в процессе совместного взаимодействия. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора психологических наук (Введение). – Красноярск, 2005. URL: http://www.dissercat.com/content/sinergeticheskii-mekhanizm-povedeniya-lichnosti-v-protsesse-sovmestnogo-vzaimodeistviya
21. Белокурова С.П. Словарь литературоведческих терминов. – СПб.: Паритет, 2006.– 314 с.
22. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. – М.: Медиум, 1996. – 240 с.
23. Бергер Дж. Искусство видеть. – СПб.: Клаудберри, 2012. – 184 с.

24. Библер В.С. Михаил Михайлович Бахтин, или поэтика культуры (На путях к гуманитарному разуму). – М.: Гнозис, 1991, –170с.
25. Блок Б. Визуальное повествование. Создание визуальной структуры фильма, тв и цифровых медиа.– М.: ГИТР, 2012. – 320 с.
26. Богатырёва Е.А. Гуманитарные науки в контексте экранной культуры. - М.: Академия медиаиндустрии, 2015. – 35 с.
27. Богатырёва Е.А. Немецкая философия на рубеже веков: концепции искусства и культуры. – М.: М-во культуры Рос. Федерации. Рос. ин-т культурологии, 2004. – 136 с.
28. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. – М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 269 с.
29. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. – 240 с.
30. Бодрийяр Ж. Соблазн. М.: Ad Marginem, 2000. – 319с.
31. Борисов С. И. Актуальные проблемы интернет-телевидения: цели, методы, средства. — Lambert Academic Publishing Москва, 2015. – 68 с.
32. Бойко М.Е. Развитие фабулы в экранных искусствах. Диссертация на соискание учёной степени кандидата искусствоведения. – М., 2014. – 193 с.
33. Бремон К. Логика повествовательных возможностей//Семиотика и искусствометрия. Сборник переводов под ред. Ю.М. Лотмана и В.М. Петрова. – М.: Мир, 1972. – С.108-135. Отсканированный текст. URL:http://www.twirpx.com/file/761046/
34. Васильева Л.А. «Делаем новости!». М.: Аспект Пресс, 2002. – 192 с.
35. Вертов Д. Статьи, дневники, замыслы. Под ред. С.Дробашенко [Электронная книга]. По иданию – М.: Искусство, 1966. – 320с.
36. Виноградова Н.Л. Диалогическая сущность социального взаимодействия.Автореф ерат диссертации на соискание степени доктора философских наук (Введение). – Волгоград, 2007. URL: http://www.dissercat.com/content/dialogicheskaya-sushchnost-sotsialnogo-vzaimodeistviya
37. Выготский Л. С. Психология искусства. 3-е изд. – М.: Искусство, 1986. – 573 с.

38. Голдовская М.Е. Творчество и техника: Опыт экранной публицистики. М.: Искусство, 1986. – 218 с.
39. Горюнова Н.Л. Художественно-выразительные средства экрана // TVMUSEUM. URL: http://www.tvmuseum.ru/
40. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.:КАНОН-ПРЕСС-Ц. Кучково поле, 2000. – 304 с.
41. Гройс Б. Gesamtkunstwerk Сталин. – М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2013. – 168 с.
42. Гудмен Н. Способы создания миров//Открытый текст. URL:http://www.opentextnn.ru/man/?id=2392
43. Дворко Н.И. Режиссура мультимедиа. Генезис, специфика, эстетические принципы. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора искусствоведения. М., 2004. – 47 с.
44. Дворко Н.И. Режиссура мультимедиа. Генезис, специфика, эстетические принципы. Диссертация на соискание учёной степени доктора искусствоведения. М., 2004. – 334 с.
45. Дворко Н.И., Познин В.Ф., Кузнецов И.Р., Каурых А.Е. Основы режиссуры мультимедиа-программ. – СПб.: СПбГУП, 2005. – 298 с.
46. Делёз Ж. Кино. – М.: Ad Marginem, 2004. – 624 с.
47. Деллюк Л. Фотогения. – М.: Новые вехи, 1924. – 164 с. Отсканированный текст.
48. Деменок С.Д. Просто фрактал. – СПб.: Страта, 2012 – 168 с.
49. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: АПК и ППРО, 2013. – 479 с.
50. Дзялошинский И.М. Экология медиапространства: от метафоры к научному понятию. Высшая школа экономики. Публикации. URL: https://publications.hse.ru/chapters/94605975
51. Докинз Р. Эгоистичный ген. – М.: Мир, 1993.
52. Дойч Д. Структура реальности. Наука параллельных вселенных. – М.: Альпина нон-фикшн, 2015. – 430 с.

53. Драгун Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата культурологии. М., 2015. URL: http://www.ranepa.ru/docs/dissertation/144-text_refer.pdf
54. Дугин Е.Я. Средства массовой информации как смысловое воссоздание образно-символического пространства социальной реальности//Гуманитарий Юга России. 2015. №2. – с. 130-139.
55. Жабский М.И. Художественно-коммуникативная природа киноискусства / Сборник научно-популярных статей — победителей конкурса РФФИ 2008 года. Часть II. Москва, 2009. С. 164–170.
56. Женетт Ж. Фигуры. В 2-х тт. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1998.
57. Загибалова М.А. Феномен карнавализации современной культуры. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата философских наук (Введение). – Тула, 2008. URL: http://www.dissercat.com/content/fenomen-karnavalizatsii-sovremennoi-kultury
58. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков (проблемы и приоритеты). От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетии. Коллективная монография под редакцией Я. Н. Засурского и Е. Л. Вартановой. М., МГУ, 2000. С.73.
59. Зоркая Н.М. Кино. Театр. Литература. Опыт системного анализа. – М.: Аграф, 2010 . – 399 с.
60. Идлис Ю.Б. Категория автора в тексте сценарной адаптации: на материале сценариев Гарольда Пинтера. Диссертация на соискание учёной степени кандидата филологических наук. М., 2006. URL: http://www.dissercat.com/content/kategoriya-avtora-v-tekste-stsenarnoi-adaptatsii-na-materiale-stsenariev-garolda-pintera
61. Ильин И.П. Постмодернизм. Словарь терминов. М.: ИНИОН РАН – INTRADA, 2001.
62. Каган М. С. Морфология искусства. – Л.: Искусство, 1972. – 440 с.

63. Как это делается: продюсирование в креативных индустриях/Отв. ред.: А. Г. Качкаева, А. А. Новикова, Р. Юркина. Издательские решения. Ридеро, 2016. – 406 с.
64. Калмыков А.А. Образы НОО. Матрица ключевых посланий/научное издание. – Москва: Медиаиндустрия, 2013. – 370 с.
65. Калмыков А.А. Медиалогия интернета. Монография. М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2012 г. – 271 с.
66. Кастельс М. Галактика Интернет. – Екатеринбург: У-Фактория (при участии издательства Гуманитарного университета), 2004. – 328 с.
67. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
68. Кинематограф – зеркало или молот. Под ред. Жабского М.И. – М.: Канон+, 2010. – 536с.
69. Кирбаба Ю.В. Генезис синергетической парадигмы: Культурологические аспекты. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата культурологии (Введение). – Саратов, 2004. URL: http://www.dissercat.com/content/genezis-sinergeticheskoi-paradigmy-kulturologicheskie-aspekty
70. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. – М.: Академический Проект, 2005. – 400 с.
71. Ключникова В.Ю. Дискурсивная репрезентация системы возможных художественных миров в жанре «Бондианы». Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата филологических наук. – Иркутск, 2012. disserCat – электронная библиотека диссертаций. URL: http://www.dissercat.com/content/diskursivnaya-reprezentatsiya-sistemy-vozmozhnykh-khudozhestvennykh-mirov-v-zhanre-bondiany
72. Короткова Е.Н. Медиапортал как средство создания качественного контента. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата филологических наук. – 27 с.
73. Коханова Л.А., Дугин Е. Я., Черешнева Ю. Е., Горюнова Т. Я. Методы продвижения медиа. М.: ИПК Академия медиаиндустрии, 2015. – 209 с.

74. Кракауэр З. Природа фильма: Реабилитация физической реальности. – М.: Искусство, 1974. – 235 с. URL:http://realskill.ru/wp-content/uploads/blog/krakauer.pdf
75. Кривицкая-Барабаш Н.А. Постмодернизм: история любви и разочарований. (Литература. Театр. Телевидение. Знаки и символы). М.: Серебяные нити, 2007г. – 216 с.
76. Кривцун О.А. Эстетика: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2000.– 434 с.
77. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики. – М.: РОССПЭН, 2004.– 656 с.
78. Кувшинова М.Ю. Кино как визуальный код. СПб.: Мастерская «Сеанс», «Книжные мастерские», 2014. – 320 с.
79. Кукулин И. В. Машины зашумевшего времени: как советский монтаж стал методом неофициальной культуры. – М.: Новое литературное обозрение, 2015. – 536 с.
80. Культура России. 2000-е годы/Под общей редакцией: Е. П. Костина, рук.-ль авторского коллектива А. Я. Рубинштейн. – СПб.: Алетейя, 2012. – 864 с.
81. Кэмпбелл Д. Тысячеликий герой. – Киев: Рефл-бук, 1997. – 384 с.
82. Лиотар Ж.-Ф. Феноменология/Перевод с английского и послесловие Б. Г. Соколова – СПб.: Лаборатория метафизических исследований философского факультета СПбГУ; Алетейя, 2001. – 160 с.
83. Липков А.И. Проблемы художественного воздействия: принцип аттракциона. – М.: Наука, 1990. – 240 с.
84. Ли Стэн. Как создавать комиксы. – М.: ЭКСМО, 2014. – 231 с.
85. Лихачёв Д. С. Поэтика древнерусской литературы. М.: Наука, 1979. – 376 с. URL:http://www.twirpx.com/file/601419/
86. Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия. Под редакцией А.П. Горкина. М.: Росмэн, 2006. URL:http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_literature/4908/%D0%B2%D0%B5%D1%87%D0%BD% D1%8B%D0%B5

87. Личутин А.В. Онтология рекурсивных структур. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата философских наук. – Архангельск, 2006. Человек и наука – электронная библиотека диссертаций. URL: http://cheloveknauka.com/v/166421/a?#?page=2
88. Лосев А. Ф. Форма. Стиль. Выражение. – М.: Мысль, 1995. – 944 с.
89. Лотман Ю. М. Структура художественного текста. – М.: Искусство, 1970. – 384 с.
90. Лотман Ю. М., Цивьян Ю. Г. Диалог с экраном. – Таллинн: Александра, 1994. – 144 с.
91. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Библиотека Максима Мошкова. URL:http://lib.ru/CINEMA/kinolit/LOTMAN/kinoestetika.txt
92. Луман Н. Реальность массмедиа. Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
93. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. – К.: Ника-Центр, 2004. – 432 с.
94. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский.: КАНОН-Пресс-Ц.; Кучково поле, 2003. – 464 с.
95. Маклюэн М., Фиоре К. Война и мир в глобальной деревне. Пер. С англ. И.Летберга. – М.:АСТ, Астрель, 2012. – 219 [5] с.
96. Маньковская, Н. Б. Виртуалистика: художественно-эстетический аспект. Сборник статей под ред. И. А. Акчурина – Виртуалистика. Экзистенциальные и эпистемологические аспекты. М: Прогресс-Традиция, 2004. – 383 с.
97. Маркетинг: Большой толковый словарь. 3 изд. Под общ. ред. А.П.Панкрухина. М.: Омега-Л, 2008-2010. 256 с.
98. Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. Научный сборник под редакцией С.Л. Уразовой. Серия «Пространство медиа-коммуникации». – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. – 129 с.
99. Медиа: между магией и технологией. Сборник научных статей под редакцией Н.Сосна и К.Федоровой. М., Екатеринбург, 2014. – 330 с.
100. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. – СПб.: Ювента; Наука, 1999.– 608с.

101. Михалкович В. И. Избранные российские киносны. – М.: Аграф, 2006. – 320 с.
102. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. – М.: МИР, 1966. – 352 с.
103. Монтень М. Опыты. М.:Терра-Книжный клуб, 2009. – 1696 с.
104. Мошков Н.А. Художественно-выразительные средства компьютерных игр. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата искусствоведения. СПб., 2011. – 27 с.
105. Новая философская энциклопедия. Эссеизм. URL: /URL: http://iph.ras.ru/elib/3571.html
106. Новейший философский словарь: 3-е изд., исправл. – Мн.: Книжный Дом. 2003. – 1280 с.
107. Новикова А.А. Экранная интерпретация реальности средствами телевидения. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора культурологии. М., 2011. – 41 с.
108. Новые аудиовизуальные технологии. Сборник статей под редакцией К.Э.Разлогова. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 488 с.
109. Носов Н. А. Виртуальная психология. – М.: Аграф, 2000. – 432 с.
110. Носов Н. А. Три философии. Сборник статей под ред. И. А. Акчурина – Виртуалистика. Экзистенциальные и эпистемологические аспекты. М: Прогресс-Традиция, 2004. – 383 с.
111. Николаева Е. Фракталы городской культуры. – СПб.: Страта, 2014. – 276 с.
112. Николаев К., Абдуллаева Ш. Интеллектуальный инсульт. Как в мире роботов остаться человеком и не потерять себя. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 288 с.
113. Огнев К. К. Кино и ТВ между вымыслом и реальностью. Экранная культура XXI века. – М.: ФГОУ ДПО ИПК работников телевидения и радиовещания, 2010. – 416 с.
114. Олизько Н.С. Семиотико-синергетическая интерпретация особенностей реализации категорий интертекстуальности и интердискурсивности в постмодернистском художественном дискурсе. Автореферат диссертации на

соискание учёной степени доктора филологических наук. – Челябинск, 2009. – 44с.

115. Пархоменко Я.А. Провокативные ресурсы современной медиасреды. Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. Научный сборник под редакцией С.Л. Уразовой. Серия «Пространство медиа-коммуникации». – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. 50–62 с.
116. Пархоменко Я. А. Художественная природа римейка. Ч. 1–3. М.: ФГОУ ДПО ИПК работников телевидения и радиовещания, 2011.
117. Пархоменко Я.А. Художественная природа ремейка в контексте современного экранного искусства. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения. – М., 2011. URL: http://www.ipk.ru/index.php?id=2198
118. Попова Т. В. Мусоргский. М.: Госмузиздат, 1955.
119. Потебня А.А. Эстетика и поэтика. – М.: Искусство, 1976. – 613 с.
120. Поцелуев С.П. Политические ПАРАдиалоги. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2008. 391 с.
121. Прасолова Е.В. Функционально-стилевые особенности мультимедийной истории как жанра интернет-сми. Автореферат на соискание учёной степени кандидата филологических наук. М., 2016. – 23 с.
122. Прасолова К.А. Фанфикшн: литературный феномен конца XX-начала XXI века (творчество поклонников Дж.К.Ролинг). Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата филологических наук. – Калининград, 2009. 24 с.
123. Пропп В.Я. Морфология «волшебной» сказки. Исторические корни волшебной сказки. – М., 1998. – 335 с.
124. Пудовкин В.И. Кинорежиссер и киноматериал. По изд.: Вс. Пудовкин. Собрание сочинений в трех томах. Том 1. М.: "Искусство", 1974. стр. 167-180. URL: http://kinoseminar.livejournal.com/13457.html
125. Пудовкин В. И. О монтаже. По изд.: Вс. Пудовкин. Собрание сочинений в трех томах. Том 1. М.: "Искусство", 1974. стр. 167-180. URL: http://kinoseminar.livejournal.com/13457.html

126. Разлогов К. Э. Мировое кино: история искусства экрана. – М.: Эксмо, 2011.– 687 с.

127. Ромм М. Избранные произведения в 3-х томах. Т.1. М.: Искусство, 1980. – 576 с.

128. Руднев В. П. Реальность как ошибка. – М.: Гнозис, 2011. – 320 с.

129. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. – М.: Аграф, 1997. URL: http://www.philosophy2.ru/edu/ref/rudnev/b069.htm

130. Ромашко С.А. Идлис Ю.Б. Медийность, трансмедийность и восприятие текста. Программа курса.

131. Самарцев О.Р., Латенкова В.М. Психосемантические аспекты восприятия интерактивного дискурса в Интернет-СМИ//Вестник Череповецкого государственного университета, 2016. №2 (71). – С.87-91.

132. Санти Б. Интерактивный документальный фильм: творческое использование мультимедийных средств экранной выразительности. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата искусствоведения. М.: 2014, – 30 с.

133. Сборник материалов XVI конференции «Наука. Философия. Религия»: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий (г. Дубна, 21–22 октября 2013 г.). – М.:
Фонд Андрея Первозванного, 2014. – 504 с.

134. Словарь литературных терминов. URL: http://slovar.lib.ru/dictionary/gipertext.htm

135. Соколова Н. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора философских наук. Самара., 2010.

136. Соколова Н. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик. Диссертация на соискание учёной степени доктора философских наук. Самара, 2010. – 354 с.

137. Социология: Энциклопедия. Составители А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М.Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. Мн.: Книжный Дом, 2003. URL: http://voluntary.ru/dictionary/568/word/informacionalnoe-obschestvo

138. Строение фильма: Некоторые проблемы анализа произведений экрана. Сборник статей под ред. К.Разлогова. – М.: Радуга, 1984. –279 с. Отсканированный текст.

139. Таран В.В. Культурологический анализ интернет-телевидения в контексте развития информационно-коммуникационных технологий. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата культурологии. М., 2015. – 24 с.

140. Тарасенко В.В. Логико-методологические аспекты концепции фрактала. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата философских наук. – М., 1998. – 26 с.

141. Тарасенко В.В. Фрактальная логика – М.: ЛИБРОКОМ, 2009. –120 с.

142. Тарасенко В.В. Фрактальная семиотика:«слепые пятна», перипетии и узнавания. – М.: Книжный дом «Либроком, 2009. – 228 с.

143. Тодоров Ц. Введение в фантастическую литературу. – М.:Дом интеллектуальной книги, Русское феноменологическое общество,1997.–144с.

144. Толковый словарь Ушакова. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/839854

145. Тоффлер Э. Шок будущего. – М.: АСТ, 2008. – 579 с.

146. Турчин В. Инерция страха. социализм и тоталитаризм. Издание второе. Нью-Йорк: «Хроника», 1978, 295 с.

147. Турчин В.Ф. Феномен науки: Кибернетический подход к эволюции. Изд. 2-е – М.: ЭТС, 2000. – 368 с.

148. Тынянов Ю. Н. Поэтика. История литературы. Кино. Электронная библиотека RoyalLib.com.
URL: http://royallib.com/book/tinyanov_yuriy/poetika_istoriya_literaturi_kino.html

149. Тэн И. Философия искусства. – Л.: Искусство, 1996. – 351 с.

150. Уразова С.Л. Телевидение в границах синергетики. Вектор. Составляющие. Тенденция. М.: Академия медиаиндустрии, МА «РУСНИКА», 2012. – 158 с.

151. Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора филологических наук. М., 2012.

152. Уразова С.Л. Телевидение как институциональная система отражения социокультурных потребностей. Диссертация на соискание учёной степени доктора филологических наук. – М., 2012. – 507 с.

153. Хелемендик В.С. Журналистика, искусствоведение, педагогика, избранные труды. – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. – 441 с.

154. Хейзинга Й. Человек играющий. Сост., пер. и предисл. Д. В. Сильвестрова. Комм. Д. Харитоновича. – СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2011. – 416 с.

155. Хотеева О.В . Гармония как константа культуры. Автореферат диссертации на соискание степени кандидата культурологии (Введение). – Саратов, 2006. URL: http://www.dissercat.com/content/garmoniya-kak-konstanta-kultury

156. Шкловский В. Б. Искусство как приём. URL: http://www.opojaz.ru/manifests/kakpriem.html (по изданию – Шкловский В. Б. О теории прозы. – М.: Круг, 1925. – С. 7-20).

157. Шкловский В.Б. Эйзенштейн. 2-е изд. – М.: Искусство, 1976. – 296 с.

158. Шмид В. Нарратология. 2-е изд. – М.: Языки славянской культуры, 2003. – 312с.

159. Энциклопедия Брокгауза и Ефрона. – СПб.: Брокгауз-Ефрон. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz/21178

160. Эко У. Открытое произведение: Форма и неопределённость в современной поэтике. – СПб.: Академический проект, 2004. – 384 с.

161. Эко У. Отсутствующая структура: Введение в семиологию. – СПб.: Симпозиум, 2004. – 544 с.

162. Эко У. Полный назад! М.: ЭКСМО, 2007. – 584 с.

163. Эко У. Роль читателя: Исследования по семиотике текста. – СПб.: Симпозиум, 2007. – 502 с.

164. Эко У. Шесть прогулок в литературных лесах. – СПб.: Симпозиум, 2007. – 288 с.

165. Экранная культура. Теоретические проблемы: сборник статей под редакцией К.Э.Разлогова. СПб.: «ДМИТРИЙ БУЛАНИН», 2012. – 752 с.

166. Эпштейн М. Н. Знак пробела: О будущем гуманитарных наук. – М.: НЛО, 2004. – 864 с.

167. Эпштейн М.Н. Парадоксы новизны. О литературном развитии XIX-XX веков. М.: Советский писатель, 1988. – 370 с.

168. Эпштейн М. Философия возможного. С-Пб.: Алетейя, 2001. – 262 с.

169. Эйзенштейн С. М. Избранные произведения: В 6 т. [Электронные книги, Т. 1-6]. По изданию — М.: Искусство, 1964-1971. – 696+566+672+790+600+560 с.

170. Югай И.И. Компьютерная игра как жанр художественного творчества на рубеже XX-XXI веков. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата искусствоведения. СПб., 2008. – 26 с.

171. Ямпольский М. Память Тиресия. Интертекстуальность и кинематограф. М.: РИК Культура, 1993. – 464 с. Режим доступа: http://www.twirpx.com/file/801519/

172. Ямпольский М. Язык – тело – случай: Кинематограф и поиски смысла. М.: НЛО, 2004, 376 с.

Статьи

173. Алиев Э.В. Новые «языки» культуры: взаимовлияние интернет-технологий, телевидения и кино//Вестн.Томскогогос.пед.ун-та. 2014. No2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/novye-yazyki-kultury-vzaimovliyanie- internet-tehnologiy-televideniya-i-kino

174. Аронсон О.В. Образы информации//Институт философии Российской Академии Наук. URL: http://iphras.ru/elib/Vliyan_Internet_7.html (дата обращения 09.02.2017).

175. Артюх А. Киберпространство: лучший выход - это вход//Искусство Кино, 2002. № 4. URL: http://kinoart.ru/archive/2002/04/n4-article11

176. Аршинов В.И., Данилов Ю.А., Тарасенко В.В. Методология сетевого мышления: феномен самоорганизации. Онтология и эпистемология синергетики, 1997. – С. 101-119.

177. Батаева Е. В. Социальная визуалистика и медиа-визуальность, 2014. Т.27. № 2 (173). С.196-204.

178. Безруков А. Мультиэкранность и трансмедийность// Издание для профессионалов платного телевидения «Кабельщик». URL: http://www.cableman.ru/node/20430

179. Блохин А. Пять медиаканалов//Cossa – интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. URL: http://www.cossa.ru/234/2498/

180. Богатырева Е. А. Завершен ли «проект» постмодерна?//Вопросы философии, 2009. №8. – С. 56-65.

181. Богуславская С.М. Диалог в трудах М.М. Бахтина. URL: http://vestnik.osu.ru/2011_7/3.pdf

182. Борисов С. И. Философия супергероя//Театр. Живопись. Кино. Музыка, 2008.– С.112-127.

183. Борисов С.И. Видеоконтент в Интернете: эффект «вирусной» распространяемости//Социальные аспекты современного вещания в России/под ред. Л.Ю. Мальковой, О.В. Тихоновой/Под ред. Л. Ю. Малькова, О. В. Тихонова. – Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, 2014. – С. 120–132.

184. Борисов С. И. Новейший русский и американский киноГерой//Крылья. – 2008. – № 10.

185. Бусыгина Н.П.Феноменологический и герменевтический подходы в качественных психологических исследованиях//Культурно-историческая психология, 2009. №1. С.57-65.

186. Бычков В.В., Маньковская Н.Б. Виртуальная реальность как феномен современного искусства//Эстетика: Вчера. Сегодня. Всегда. Вып. 2. М.: ИФ РАН, 2006. URL: http://iphras.ru/page47631358.htm

187. Волкова Е.В., Богатырева Е.А. В большом времени культуры: М.М.Бахтин// Вестник Московского университета. Сер.7. Философия, 1991. №1. С.48–58.

188. Виноградова Н. Л., Шахалова О. И. Диалог как социальный фрактал//Известия ВолгГТУ. 2006. №6 – С.12-14.

189. Волобуев Р. Каннский лауреат, аутентичное кино про старшеклассниц// Афиша. URL: http://www.afisha.ru/movie/188389/ review/247240/

190. Волобуев Р. Ностальгическое макраме по мотивам автобиографии Бродского. Афиша. URL: https://www.afisha.ru/movie/193560/review/273131/

191. Волошинов А. В. Об эстетике фракталов и фрактальности искусства//Синергетическая парадигма. – М.: Прогресс-Традиция, 2002. – С. 213–246.

192. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения//Политическая лингвистика, 2007. №21. С.75-80.

193. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: кинотекст//Политическая лингвистика. Выпуск (2) 22. – Екатеринбург, 2007. – С. 106-110.

194. Гагарин В. Е., Ерохин С. В., Ершов В. Д., Штепа В. И. Информация как фундаментальная категория//Вестник Московского государственного областного университета. – С.31-37.

195. Гайков П. Сарик Андреасян: «Голливуд убил независимый кинематограф» // РИА Новости URL: https://ria.ru/interview/20160331/1400356836.html

196. Глазкова Е. Бойскауты от кинематографа или две тысячи слов о документальном кино//СнимиФильм. URL: http://snimifilm.com/post/boiskauty-ot-kinematografa-ili-dve-tysyachi-slov-o-dokumentalnom-kino

197. Герман И. 10 правил сторителлинга. Создатель платформы Tilda Publishing — о новом способе рассказывать истории в интернете//Теории и практики. URL: https://special.theoryandpractice.ru/storytelling

198. Глебова И. С., Кемниц Я.Ю., Моргунов Б.П. Становление и развитие компьютерной анимации в кино// Тезисы доклада на научной конференции XVIII Международная научно-практическая конференция «Научные перспективы XXI века. Достижения и перспективы нового столетия», Международный Научный Институт «Educatio». XI (18), 2015, С.180 - 185.

199. Глухов П. Что происходит с людьми, когда они на неделю отказываются от Facebook. URL: http://lifehacker.ru/2015/12/01/no-facebook/

200. Гольман Н. Мимо кассы «Я тебя люблю» Павла Костомарова и Александра Расторгуева. URL: https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/archive/i-love-you/

201. Гольман Н. Афиша Волна: Как группа Biting Elbows пришла к успеху (Архив). [Элекронный ресурс]. URL:https://daily.afisha.ru/archive/volna/archive/biting_elbows/

202. Гранин Ю.Д. «Глобализация» или «вестернизация»?//Вопросы философии. – 2008. – № 2. – С. 3-15.

203. Даренский В.Ю. Книга и медиа-текст: парадоксальность преемственности // Международный журнал исследований культуры. – 2011. №3(4). С.22-28

204. Дворко Н.И. Современный интерактивный документальный фильм: мировой опыт в области теории и практики. Массмедиа в мультимедийной среде. Основные проблемы и зоны риска. Научный сборник под редакцией С.Л. Уразовой. Серия «Пространство медиа-коммуникации». – М.: Академия медиаиндустрии, 2014. С.116-127.

205. Дворко Н.И. Интерактивные музыкальные видео: симбиоз инновационных технологий и искусства//Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. №11 С.25-28.

206. Дворко Н.И. Интерактивный документальный фильм как феномен цифровой эпохи//ИСОМ. 2014. №5 С.301-307.

207. Деникин А.А. Мультимедиа и искусство: от мифов к реалиям//Художественная культура. URL: http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2014-3/yazyki/843.html

208. Дворко, Н. И. Трансмедийное повествование в цифровую эпоху//Прошлое – настоящее – будущее Санкт-Петербургского государственного университета кино и теле- видения: материалы Всерос. науч.-практ. конф., 29-30 октября 2013 г. – СПб., 2013. – С. 189–193.

209. Дзялошинский И.М. Коммуникационные институты: новые подходы. Доклад на Всероссийской конференции «Векторы развития медиаисследований в России»//Российский комитет программы ЮНЕСКО «Информация для всех». URL: http://ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Dzialoshinsky.pdf (дата обращения 31.01.2017)

210. Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. К вопросу о понятийном аппарате медиаисследований//Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2014, №4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1658 (дата обращения 30.01.2017)

211. Дьяконов Г. В. Диалогийная концепция эстетики и литературоведения М. М. Бахтина [Электронный ресурс]. URL:http://hpsy.ru/public/x3070.htm

212. Дьяконов Г.В. Концепция диалога М.М. Бахтина – основа экзистенциально-онтологической психологии. URL: http://hpsy.ru/public/x2780.htm

213. Дугин Е.Я. Особенности работы журналиста в мультимедийной среде//Вестник электронных и печатных СМИ. URL: http://www.ipk.ru/index.php?id=2737

214. Ерёмина Д.А. Интерпретация термина «инфотейнмент» в немецких и российских исследованиях масс-медиа // Электронный Журнал «Медиаскоп». 2013. №4. URL: http://www.mediascope.ru/node/1429

215. Женченко М. Эволюция терминов «мультимедиа», «кросс-медиа», «трансмедиа» в развитии цифрового сторителлинга. URL: http://mediastudies.eu/Numery/2016_4_67/zenczenko-uk.pdf (дата обращения 29.03.2017).

216. Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия//Искусство кино, 1998. №1. URL: http://kinoart.ru/archive/1998/01/n1-article25

217. Жуков А. С. Тексты в формате инфотейнмента в прессе» // Молодой ученый. 2014. №4. С. 131-133. URL:http://www.moluch.ru/archive/63/9997/

218. Жуков Д.С., Лямин С.К. Варианты использования методов фрактальной геометрии в социальных и политических исследованиях//Ineternum.С 17 – 35.

219. Жуков Д.С., Лямин С.К. Когнитивные аспекты использования метафор фракталов в исследовательском дискурсе//Fractal Simulation, 2011. №2. С. 74-81.

220. Задорожна Ю. Наталья Соколова: «Интернет антропологически меняет своих пользователей»//Media Sapiens. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/natalya_sokolova_internet_antropologicheski_menyaet_svoikh_polzovateley/

221. Звегинцева И. А. Кино и реклама: противники или союзники?//Вестник ВГИК, 2012. №12-13. – С. 262-271.

222. Зорков Н. Инфотейнмент: возникновение, функции, способы воздействия // RELGA: научно-культурологический журнал. 2005. № 19. URL:http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles

223. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика на рубеже веков (проблемы и приоритеты)//От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетия / Отв. редакторы Я.Н.Засурский и Е.Л.Вартанова. – М.: Изд-во Моск. Гос ун-та, 2000. – С.61-74.

224. Иванова С. В., Артемова О. Е. Маршрутизация восприятия и воздействующий потенциал политического интернет-медиатекста// Политическая лингвистика, 2013. №3 (45). С.28-36.

225. Инишев И.Н. Взаимосвязь материального и смыслового в иконическом опыте//Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, 2011. № 4 (16). – С. 86-93.

226. Казючиц М.Ф. Телевидение и интернет в медиаиндустрии: вещатель, аудитория, контент// Вестник электронных и печатных СМИ, 2014. № 1 (21).

227. Калмыков А.А. Журналистика в реальности гипертекста//Вестник электронных и печатных СМИ. URL: http://www.ipk.ru/index.php?id=2691

228. Караченцева Т. С. «Смерть Автора»: М. Бахтин против Р. Барта//Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2007. №1. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/smert-avtora-m-bahtin-protiv-r-barta

229. Качкаева А. Образ медиа будущего//Искусство кино, 2013. №7.

230. Кемниц Я.Ю. Визуальные эффекты: закат империи аттракционов?//Вестник электронных и печатных СМИ. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, № 23, 2015, С. 109 - 120.

231. Кемниц. Я.Ю. Визуальные эффекты и атмосфера аудиовизуального произведения//Вестник электронных и печатных СМИ. – М.: ИПК работников ТВ и РВ, № 19, 2014. С. 57-63.

232. Кемниц Я.Ю. Визуальные эффекты и воображение: скрытые противоречия//Сборник публикаций научного журнала "Chronos" по материалам IX международной научно-практической конференции: «Вопросы современной науки: проблемы, тенденции и перспективы» 13 февраля 2017г. – М: Научный журнал " Chronos ", 2017, С. 20-24.

233. Кемниц Я.Ю. Методика контроля плотности информационных потоков в аудиовизуальном произведении// Выступление 20 апреля 2016 г. XIII Всероссийская конференция «Экраны и публичные пространства в Новое и Новейшее время», ГИИ, 2016.

234. Кирбаба Ю.В. О семантическом фрактале в искусстве//Вестник АГТУ. 2007. №5 – С.109-114.

235. Колин К.К. Философия информации: структура реальности и феномен информации//Метафизика. №4 (10). М.: Российский университет дружбы народов, Издательство, 2013.

236. Колокольцева Т.Н. Интертекстуальность и гипертекстуальность в интернет-коммуникации: к вопросу о соотношении категорий // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». №1(28). Январь 2014. С. 30-34.

237. Колотаев В.А. Под покровом взгляда. Офтальмологическая поэтика кино и литературы. – М.: Аграф, 2003. – 480 с.

238. Колотов А.А. Паратекстуальный подход в современном литературоведении // I Международная заочная научно-практическая конференция «Филология и лингвистика: современные тренды и перспективы исследования»: сборник материалов конференции (30 сентября 2011 г.). – Краснодар, 2011. – 196 с. – С.37-41

239. Кононенко А. «Реальность.doc». Большой город // URL:http://bg.ru/entertainment/realnost_doc-16394/

240. Комуцци Л.В. Нарратология – метадисциплина XXI века. URL:http://www.opennar.com

241. Корытникова, Н.В. Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества//Социологические исследования. 2007. № 2. С. 85.

242. Котляров А. В Москве стартовал кинодокументальный антропологический проект//Ведомости. URL: https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2013/01/25/v_moskve_startoval_kino

dokumentalnyj_antropologicheskij

243. Кравцов В.В. Инновационные изменения в медиапространстве современной России//Журналист. Социальные коммуникации, 2015. № 3-4 (19-20). – С. 130-135.

244. Красноярова О.В. Новые медиаплатформы: принципы функционирования и классификация видов//Вопросы теории и практики журналистики, 2016, Т.5, №1. С.45-57.

245. Кривошеев М.И. На пороге новой эры развития цифрового ТВ-вещания//«Broadcasting. Телевидение и радиовещание», 2013. №2. URL: http://www.broadcasting.ru/articles2/Oborandteh/na-poroge-novoy-ery-razvitiya-tsifrovogo-tv-veschaniya/

246. Кривошеев М.И. Экран в новом времени//Вестник ВГИК, 2010, № 2. – С.4-10.

247. Крижевский А. Не стоит думать, что нам нет житья в кино//Газета.ru URL: http://www.gazeta.ru/culture/2013/01/15/a_4927609.shtml

248. Красильникова Н. Личный опыт: Как сделать собственное «В мире животных» из подручных материалов. URL:http://www.the-village.ru/village/people/experience/135707-lichnyy-opyt-kak-sdelat-sobstvennoe-v-mire-zhivotnyh-iz-podruchnyh-materialov

249. Кузнецова Е.И. Медиа и медиальное: социально-философский анализ. URL: http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik_soc/99990201_West_soc_2008_3(11)/17.pdf

250. Лапина-Кратасюк Е. Особенности новых медиа (видео)// ПостНаука – проект о современной фундаментальной науке и ученых, которые ее создают. URL: https://postnauka.ru/video/38005

251. Латенкова В.М. Интернетизация российского телевидения: перспективы развития//Вестник электронных и печатных СМИ. URL: http://www.ipk.ru/index.php?id=2748

252. Луман Н. Невероятность коммуникации//Гуманитарные технологии. URL: http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2972 (дата обращения 22.02.2017).

253. Луман Н. Почему необходима системная теория? URL: http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2971 (дата обращения 22.02.2017).
254. Ляшенко, Е.С. Семиотический аспект интернет-культуры//Гуманитарный вектор. Серия Педагогика. Психология, 2011. № 2 (26). – С. 99–105.
255. Мальцева А. Лекция за 5 минут: какими станут медиа будущего//Теории и практики. URL: http://theoryandpractice.ru/posts/8433-future-media
256. Малюкова Л. Алексей Герман: «Агрессивное мракобесие съест всех»//Новая газета. URL: http://www.novayagazeta.ru/arts/68161.html
257. Маслова М.В. Современные тенденции кинопродюсирования в России//Вестник МГУКИ. 2013. №4 (54) С.55-59.
258. Маслова М.В. Трансформация ценностно-смысловых приоритетов в пространстве медиареальности//Вестник МГУКИ. 2011. №3 С.177-182.
259. Меншутина А.А. Трансмедиа как предпосылка эволюции журналистских текстов. М.: МГУ, 2014. URL: http://vernsky.ru/pubs/5391/Transmedia_kak_predposylka_evolyutsii_zhurnalistskih_tekstov?view_mode=text.
260. Мосалова Г. Продвижение истории через историю: трансмедийные проекты для ТВ// Cossa – интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. URL: http://www.cossa.ru/152/93709/
261. Мурашов А. Б. Амбивалентность отчуждения в современной культуре. Дефиниции культуры. Сборник трудов участников всероссийского семинара молодых ученых. – Томск: Издательство Томского университета, 2001. URL: http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000111913
262. Нарижный Ю.А. Философия постмодернизма. URL: http://postmodern.in.ua/?p=1695
263. Николаева Е.В. Концептуальный фрактал в культурных системах//Вестник ЧелГУ. 2013. №13 (304) – С.66-70.
264. Николаева Е.В. К типологии фракталов в теории культуры//Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение:

философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2013. №1 (113). – С.226-232.

265. Николаева Е.В. От ризомы и складки к фракталу//Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2014. №2. – С.114-120.

266. Николаева Е.В. Фрактально-пиксельная грамматика медиареальности// Медиафилософия IX. Языки медиафилософии/Под редакцией В.В. Савчука. – СПб.: Издательство РХГА, 2013. – 296 с. – С. 172-180.

267. Новикова А. А. Аттракционы на телеэкране//Обсерватория культуры, 2007. № 5. – С. 31-37.

268. Новикова А. А. Гибридность как определяющий признак телевизионного формата//Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика, 2010. № 6. – С. 56-65.

269. Новикова А. А. От художественной критики к продюсированию: трансформация профессии//В кн.: Арт-журналистика в современном медиапространстве. Каз.: Издательство Казанского университета, 2016. С. 5-9.

270. Новикова А. А. Современные телевизионные зрелища: истоки, формы и методы воздействия. СПб. : Алетейя, 2008. – 208с.

271. Новикова А. А. Телевизионная картина мира как объект исследования // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Филологические науки, 2012. № 13 (93). – С. 217-226.

272. Новикова А. А. Формульные жанры на телевидении//Обсерватория культуры, 2007. № 3. – С. 34-39.

273. Петров С. Кинoперепись населения. Ведомости. URL: http://info.vedomosti.ru/friday/article/2013/01/25/25581

274. Пильгун М.А.Transmedia Storytelling: перспективы развития медиатекста/М.А .Пильгун//Медиаскоп. – 2015. – 30 октября. – СПб., 2013. – С. 189–193.

275. Познин В.Ф. Выразительные средства экранных искусств: эстетический и технологический аспекты. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора искусствоведения. СПб, 2009. – 43 с.

276. Познин. В. Ф. Природа выразительных средств экрана. Экранное пространство и время//Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 2008. №59. – 9с.

277. Познин В.Ф. Экранное творчество: современные тенденции//Вестник ТГУ. 2008. №7 С.425-428.

278. Постман Н. 5 вещей, которые мы должны знать о технологических переменах// Медиаэкология. URL: http://media-ecology.blogspot.ru/2011/02/5.html

279. Потемкин С.В. Эстетика видео: к проблеме терминологии и сущности явления//Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. 2007. No 40. Т. 16. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/estetika-video-k-probleme- terminologii-i-suschnosti-yavleniya

280. Разлогов К.Э. Киноведение в контексте культурологии//Свободная мысль. 2015. № 1. – 167-172.

281. Разлогов К.Э. Культура и культуры в эпоху интернета//Развитие и экономика. 2011. № 1. URL: http://devec.ru/section-iv/35-k-razlogov-kultura-i-kultury-v-epohu-interneta.html

282. Разлогов К.Э. Что такое медиаобразование?//Медиаобразование. 2005. № 2. С.68-75.

283. Разлогов, К.Э. Экранный гипертекст//Экранная культура в современном медиапространстве: методология, технологии, практики. М. – Екатеринбург: Уральский рабочий, 2006. 288 с. С.8-14.

284. Рождественская Е. Трансмедиальный сторителлинг в поисках «национальной идеи России»//Философско-литературный журнал Логос, 2015. Т.25, №3 [105]. С.197-223.

285. Романенко К. «Кино не является искусством»: Олег Аронсон о преимуществе восприятия над пониманием // Теории и практики. URL: http://theoryandpractice.ru/posts/8489-cinema_no_art

286. Рузаков В. Эксклюзив РТ: Ужас он-лайн. Три интернет-сериала в жанре хоррора. URL: http://www.dark-area.ru/jekskljuziv-rajona-tmy-uzhas-on-lajn-tri-internet-seriala-v-zhanre-horrora/

287. Самарцев О.Р. Виртуальная реальность и принцип интерактивности//Вестник электронных и печатных СМИ. URL: http://www.ipk.ru/index.php?id=1533

288. Санти Б. Интерактивная документалистика: новые возможности цифровой среды и особенности деятельности режиссера//Cyberleninka. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnaya-dokumentalistika-novye-vozmozhnosti-tsifrovoy-sredy-i-osobennosti-deyatelnosti-rezhissera

289. Сапаров М. Теория информации и эстетика//Вопросы литературы. URL: https://www.proza.ru/2013/02/18/1479 (по изданию – Вопросы литературы // №8, 1967. С. 197-206)

290. Сдобнов С. «Я открыл для себя наркотик»: заметки Умберто Эко об электронной почте, компьютерах и интернете // Теории и практики. URL: http://special.theoryandpractice.ru/eco-internet

291. Седых Э. В. К проблеме интермедиальности//Вестник Санкт-Петербургского Университета, 2008, Сер. 9. Вып. 3. Ч. II. С.210-214.

292. Сергеева Ю. Интерактивное повествование: Использование разумных систем. Перевод статьи Riedl M.O. and Bulitko V. Interactive Narrative: An Intelligent Systems Approach. URL: http://aushestov.ru/

293. Соловьев А. В. Новая эстетика информационной эпохи: искусство как база данных//Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2009. №8. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/novaya-estetika-informatsionnoy-epohi-iskusstvo-kak-baza-dannyh

294. Соколова Н. Трансмедиа и «интерпретативные сообщества»//Международный журнал исследований культуры. №3 (4), 2011. – С.16-21. URL: w.culturalresearch.ru/files/open_issues/03_2011/IJCR_03(4)_2011.pdf

295. Соколова Н. «Это ваше шоу!»: массовые креативные практики в трансмедийных проектах//Digital Icons, №6, 2011. URL: http://www.digitalicons.org/issue06/natalia-sokolova/

296. Спиридонов М. Создатель компании Nival Network Сергей Орловский о том, как игры влияют на систему образования, почему меняется игровой рынок и что такое «трансмедийность»//Forbes. URL: http://www.forbes.ru/tehno-opinion/internet-i-

telekommunikatsii/80732-chelovek-budet-deistvovat-vo-mnozhestve-realnostei-

297. Степанов М.А. Machina ludens: размерность новых медиа//Международный журнал исследований культуры. – 2011. №3(4). С.40-43

298. Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу// RELGA: научно-культурологический журнал, 2007. №4. URL:http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1729&level1=main&level2=articles

299. Сумская А. С. Теоретико-методологические основания продюсирования трансмедийных проектов//Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 337–343.

300. Таран, В.В. К вопросу о разграничении базовых понятий в контексте современного развития наук об информации//Меди@льманах, 2014. №4. – С. 18-25.

301. Тарасенко В. В. Антропология Интернет: самоорганизация «Человека кликающего»//Общественные науки и современность. – 2000. – №5. – С. 111–120.

302. Тарасенко В.В. Метафизика фрактала. [Электронный режим]. URL: https://scholar.google.ru/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=fVJDPzUAAAAJ&citation_for_view=fVJDPzUAAAAJ:sSrBHYA8nusC (дата обращения 29.03.2017).

303. Тарасенко В.В. Познание как фрактальное блуждание в мире. [Электронный ресурс].URL:http://www.rinotel.ru/fractal/poznanie-kak-fraktalnoe-bluzhdanie-v-mire.html

304. Тарасенко В.В. Фрактальная геометрия природы: социокультурное измерение//Синергетическая парадигма. Многообразие поисков и подходов. М.: Прогресс-Традиция, 2000. с.191-214.

305. Тарасенко В.В. Человек кликающий: фрактальные метаморфозы//Информационное общество, 1999. Вып. 1, С. 43 – 46.

306. Тарасенко В.В. Человек кликающий: фрактальные нарративы//Международные чтения по теории, истории и философии культуры, 1998. Вып. 6. – С. 351–358.

307. Тарковский А. Запечатлённое время. Медиа-архив «Андрей Тарковский». URL: http://tarkovskiy.su/texty/vrema.html

308. Тишунина Н.В. Методология интермедиального анализа в свете междисциплинарных исследований//Anthropology. Web-кафедра философской антропологии. URL: http://anthropology.ru/ru/text/tishunina-nv/metodologiya-intermedialnogo-analiza-v-svete-mezhdisciplinarnyh-issledovaniy

309. Уразова С.Л. «Зеркало Нарцисса» в контексте гуманитарных практик и экранных технологий//Медиаскоп, 2011,. №2. URL http://mediascope.ru/node/839 – С.7.

310. Уразова С.Л. О площадной экранной культуре и принципах формообразования ее продукта. Возвращение к истокам// Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2011. №2. URL: http://www.mediascope.ru/node/816

311. Уразова С.Л. О противостоянии медиумов и новых формах экранного продукта//Вестник ВГИК. - 2013. - №18. - с. 138-144.

312. Уразова С.Л. Шаг ТВ в виртуальную реальность как проекция развития//Вестник ВГИК. - 2016. - №4(30). - с. 146-150.

313. Фролов Д. «Художник — это тот, кто назвал себя художником»: интервью с философом Олегом Аронсоном//Theory and practice. URL: https://theoryandpractice.ru/posts/15456-khudozhnik--eto-tot-kto-nazval-sebya-khudozhnikom-intervyu-s-filosofom-olegom-aronsonom

314. Хаминова А.А., Зильберман Н.Н. Теория интермедиальности в контексте современной гуманитарной науки// Вестник Томского государственного университета, 2014. № 389. С. 38–45.

315. Хелемендик В. С. К вопросу о понятиях «Взаимодействие СМИ» и «Конвергенция СМИ//Вестник электронных и печатных СМИ. № 16. URL: http://www.ipk.ru/index.php?id=2230

316. Хейзинга Й. Homo Ludens. Сост., пер. и предисл. Д. В. Сильвестрова. Комм. Д. Харитоновича. – СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2011. – 416 с.

317. Хорольский В.В. Медийность и научность: сиамские близнецы или дальние родственники?//Вестник Волгоградского государственного университета. Серия

8: Литературоведение. Журналистика, 2015. № 1 (14). – С.42-51.

318. Хренов Н.А. Взаимодействие зрелищных и визуальных форм в современной культуре//Культура культуры. 2014. №4 (4) С.125-140.

319. Хренов Н.А. Взаимодействие между искусствознанием и культурологией: методологический и исторический аспекты (начало)//Культура культуры. 2015. №2 (6) С.30-45.

320. Хренов Н.А. Всякое позитивное явление имеет и обратную сторону//Культура культуры. 2015. №1 (5) С.43-51.

321. Хренов Н.А. Коммуникация и культура: к неапологетической истории массовой коммуникации//Артикульт. 2016. №1 (21) С.16-27.

322. Хренов Н.А. Кризис медиа в контексте кризиса культуры//Культура культуры. 2014. №1 (1) С.40-52.

323. Хренов Н. А. Медиа в начале второго десятилетия XXi века: от ренессанса к кризису//Вопросы культурологии. – 2013. – № 12. – С. 34–41.

324. Хренов Н. А. От письменности к интернету: средства коммуникации между культурой и цивилизацией// Модернизация культуры: порядки и метаморфозы коммуникации. Материалы 111 Международной научно-практической конференции. – Самара, 2016. – С. 38–47.

325. Хренов Н.А. Публика в фокусе истории и теории коммуникации//Историческая психология и социология истории. 2010. №1 С.97-117.

326. Хренов Н. А. Творческая личность как публичная личность: искусство как способ институционализации лиминальности//Ярославский педагогический вестник. — 2015. — Т. 1, № 2. — С. 82–91.

327. Хренов Н. А. Экранная культура в контексте перехода от индустриальной к постиндустриальной цивилизации//Наука телевидения. – Т. 12. – Москва, 2016. – С. 9–31.

328. Цивьян Ю., Хитрова Д. Дзига Вертов и другие кинолюбители // Сеанс. 2011. Июль, 28. URL – http://seance.ru/blog/kinogorod-tsivian/

329. Цыркун Н.А. Комикс и кинематограф: общий генетический код//Артикульт, 2013. № 1 (9). URL: http://cyberleninka.ru/article/n/komiks-i-kinematograf-obschiy-geneticheskiy-kod

330. Черепанова Т. В. Влияние медиакоммуникаций на трансформацию публичной сферы в современной культуре. Автореферат на соискание учёной степени кандидата философских наук. – Омск, 2014.

331. Черняк М. А. Литература эпохи Web 2.0// Universum: Вестник Герценовского университета, 2011. № 4. С. 41-48.

332. Что такое «пузырь фильтров» и как из него выбраться//Хабрахабр. URL: https://habrahabr.ru/company/riddut/blog/295714/

333. Шаев Ю.М. Пространство и время виртуального нарратива: фрактальный подход//Гуманитарный вектор. Серия: Философия, культурология, 2016. №2 С.88-91.

334. Шевченко В.Э. Визуальные коммуникации: тенденции форм и технологий передачи информации//Вестник Челябинского Государственного Университета, 2015. №5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 189–195.

335. Шергова К.А. Документальное телекино и Интернет//Вестн. электрон. и печ. СМИ. Архив журнала. URL: http://www.ipk.ru/index.php?id=1927

336. Шерстобоева Е. А., Копалкина Т. Г., Лученко К. В., Новикова А. А., Санданов А. Б. Культура в Интернете. Интернет-культура//В кн.: Культура России. 2000-е годы / Рук.: А. Я. Рубинштейн; под общ. ред.: Е. П. Костина. СПб. : Алетейя, 2012. С. 719-739.

337. Шкондин М. В., Коханов Е. Ф., Кравцов В. В. Жанровая структура новых медиа в условиях трансформации медиасистемы//Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – 2015. – № 2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovaya-struktura-novyh-media-v-usloviyah-transformatsii-mediasistemy

338. Эко У. От мобильника к истине//inosmi.ru. URL: http://inosmi.ru/panorama/20051021/223221.html

339. Эпштейн М.Н. Эссе об эссе. URL: http://www.emory.edu/INTELNET/esse_esse.html

340. Эпштейн М.Н. Эссеистика как нулевая дисциплина. URL: http://www.emory.edu/INTELNET/mt_essayistic.html

341. Якубенко Е.Н. Конвергенция как фактор формирования современного медиа-рынка// Вестник Брянского государственного университета, 2015. № 1. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/konvergentsiya-kak-faktor-formirovaniya-sovremennogo-media-rynka

342. German I. Эволюция технологий: Эркки Хухтамо о том, чем занимаются археологи медиа//Теории и практики. URL: http://theoryandpractice.ru/posts/10145-arkheologiya-media

Иностранные источники

343. Atkinson S. The Performative Functions of Dramatic Communities: Conceptualizing Audience Engagement in Transmedia Fiction//International Journal of Communication 8 (2014), 2201–2219.

344. Augustinaitis A. Infotainment: Cultural Hypertext of Double Virtuality. URL: http://proceedings.informingscience.org/IS2001Proceedings/pdf/AugustinaitiisEBKCultur.pdf

345. Augistinaitis A. Today as a Transinformativity. Sociology. Thought and action. 1999. №4(6). С.28-43 URL: http://www.journals.vu.lt/sociologija-mintis-ir-veiksmas/article/view/7014

346. Augistinaitis A. Today as transinformationality. Sociologija. Mintis ir veiksmas. 1999. Nr. 4 (6). C. 28-44.

347. Berners-Lee T. The Scale-free nature of the Web. URL: https://www.w3.org/DesignIssues/Fractal.html

348. Berners-Lee on the read/write web//BBC News. URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4132752.stm

349. Black Mirror. URL: http://www.channel4.com/info/press/programme-information/black-mirror

350. Davis C.H. Audience Value and Transmedia Products // T. Storsul and A. Krumsvik

(eds.), Media Innovations (Göteborg: Nordicom), 2013. – С.175-190.

351. Debord G. The Society of the Spectacle. Canberra: Hobgoblin Press, 2002. – 221 с.
352. developerWorks Interviews: Tim Berners-Lee. URL:http://www.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206txt.html
353. DiNucci D. Fragmented future. URL:http://darcyd.com/fragmented_future.pdf
354. Duarte G.A. Fractal Narrative. About the Relationship Between Geometries and Technology and Its Impact on Narrative Spaces. – Bielefeld: Transcript Verlag, 2014. – 380 с.
355. Evans E. Transmedia Television. Audiences, New Media, and Daily Life. New York, London: Routledge, 2011. – 207 с.
356. Fish S. Is There A Text in This Class. – Harvard U. Press, 1980. С. 147–174. URL: http://www.english.unt.edu/~simpkins/Fish%20Acceptable.pdf
357. Gambarato R.R. Transmedia Storytelling in Russia: The Moral of the Story. Конференции НИУ-ВШЭ. URL: http://regconf.hse.ru/uploads/18692ac691fbc3f96f7b56177f7496a7e5452e9b.doc
358. Gambarato R.R. Transmedia Project Design: Theoretical and Analytical Considerations // Baltic Screen Media Review, 2013. Т.1. С 80-100; Gambarato R.R. Signs, Systems and Complexity of Transmedia Storytelling // Communication Studies, 2012. №12. С. 69–83.
359. Gray J. Show sold separately: promos, spoilers, and other media paratexts. New York: New York University Press, 2010.
360. Grossman L. You — Yes, You — Are TIME's Person of the Year. – http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html
361. Hesse-Biber S.N. The Handbook of Emergent Technologies in Social Research. Oxford: Oxford University Press, 2011. – 720 с. с.134
362. Huhtamo E. Elements of Screenology: Toward an Archaeology of the Screen. Токио: ICONICS: International Studies of the Modern Image. 2004. С. 31–82.
363. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York University Press, 2006. – 308 с.

364. Jenkins H. «Deep Media», Transmedia, What's the Difference?: An Interview with Frank Rose (Part One)//Confessions of an Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins, 2011. URL: http://henryjenkins.org/2011/01/deep_media_transmedia_whats_th.html
365. Jenkins H. Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture. NYU Press, 2006. – 279 с.
366. Jenkins H. «Media Mix is Anime's Life Support System»: A Conversation with Ian Condry and Marc Steinberg (Part One) // Confessions of an Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins, 2013. URL: http://henryjenkins.org/2013/11/media-mix-is-animes-life-support-system-a-conversation-with-ian-condry-and-mark-steinberg-part-one.html
367. Jenkins H. Textual Poachers. Television Fans & Participatory Culture. New York and London: Routledge, 1992. – 346 с.
368. Jenkins H. The Cultural Logic of Media Convergence // International Journal of Cultural Studies. 2004. Vol. 7. № 1. С. 34-35.
369. Jenkins H. The Future Started 10 Minutes Ago and You Are Already Late To the Party!//Confessions of an Aca-Fan. URL:http://henryjenkins.org/2015/04/the-future-started-10-minutes-ago-and-you-are-already-late-to-the-party.html
370. Jenkins H. The Wow Climax: Tracing the Emotional Impact of Popular Culture. New York University Press, 2007. – 292 с.
371. Jenkins H. Transmedia Storytelling//Technology review. URL: https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/
372. Jenkins H. Transmedia Storytelling 101//Confessions of an Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins, 2007. URL:http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html
373. Jenkins H. Transmedia 202: Further Reflections//Confessions of an Aca-Fan. URL: http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html
374. Jenkins H. Welcome to Convergence Culture// Confessions of an Aca-Fan. The Official Weblog of Henry Jenkins.[Электронныйресурс].URL:http://henryjenkins.org/2006/06/welcome_t

o_convergence_culture.html

375. Jenkins H., Ford S., Green J. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. NYU Press, 2013. – 352 с.

376. Jenkins H., Ito M., Boyd D. Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics. – Cambridge: Polity, 2015. – 160 с.

377. Jenkins H., Purushotma R., Weigel M., Clinton K., Robison A.J. Confronting the Challenges of Participatory Culture. London, Cambridge: The MIT Press, 2009. – 129с.

378. Jenkins H., Shattuc J., Hop on Pop: The Politics and Pleasures of Popular Culture. McPherson T. Duke University Press Books; Geral edition, 2003. – 748 с.

379. Jenkins H. Shresthova S., Gamber-Thompson L., Kligler-Vilenchik N., Zimmerman A. By Any Media Necessary: The New Youth Activism, Connected Youth and Digital Futures. NYU Press, 2016. – 352 с.

380. Jenkins H., Thorburn D. Democracy and New Media. The MIT Press, 2003. – 385с.

381. Jenkins H., Thorburn D. Rethinking Media Change. The Aesthetics of Transition. The MIT Press, 2004. – 416 с.

382. Johnson D. A history of transmedia entertainment//Spreadable media. URL: http://spreadablemedia.org/essays/johnson/#.V-F3nJN95Zo

383. Kachka B. Meet Trailer Editor Mark Woollen. He May Be the Most Visionary Director in Hollywood. URL:http://www.vulture.com/2014/11/meet-mark-woollen-the-arthouse-trailer-editor.html#

384. Karnani M., Pääkkönen K., Annila A. The physical character of information// Proc. R. Soc. London, 2009. [Электронный ресур]. URL:http://rspa.royalsocietypublishing.org/content/465/2107/2155

385. Klap L-M. Reincarnations of transmedia. Interrelated objects of contemporary Transmedia Storytelling and the medieval Catholic Church. MA Thesis New Media & Digital Culture. – University Utrecht. Faculty of Humanities, 2015. – 48с.

386. Kinder M. Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. University of California Press, 1991. – 277с.

387. Kuleshov on Film: Writings by Lev Kuleshov. University of California Press, 1975. – 237с.

388. Kustritz A. Seriality and Transmediality in the Fan Multiverse: Flexible and Multiple Narrative Structures in Fan Fiction, Art, and Vids // TV/Series, 2014. T.6, C. 225 – 261.

389. Landauer R. The physical nature of information//Physics Letters A, 1996, № 217. C.188-193.

390. Lapina-Kratasyuk E., Gambarato R.R. Transmedia Storytelling Panorama in Russian Media Landscape//Russian Journal of Communication, 2015. URL:http://dx.doi.org/10.1080/19409419.2015.1121789

391. Lash S. Critique of information. SAGE Publications Ltd. 2002, – 256 c.

392. Lawson M. Berners-Lee on the read/write web. URL:http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4132752.stm

393. Leeuwerden T. v. Transmedia Storytelling The benefits of Participative Consistency and the Hidden Markov Model. NHTV Breda University of Applied Sciences, 2015. – 91c.

394. Manovich L. Archeology of a Computer Screen. URL:http://manovich.net/index.php/projects/archeology-of-a-computer-screen

395. Manovich L. Deep Remixability//Artifact, 2007. T.1, №2, c. 76-84.

396. Manovich, L. Post-media Aesthetics, 2009. URL: http://manovich.net/index.php/projects/post-media-aesthetics

397. Manovich L. Remixability and modularity//Manovich.net, 2005. – 12 c. URL: http://manovich.net/index.php/projects/remixability-and-modularity

398. Manovich L. Software is the Message//Journal of visual culture. URL: http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1470412913509459

399. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2001. – 400 pages.

400. Manovich L. Understanding Hybrid Media. URL: http://manovich.net/index.php/projects/understanding-hybrid-media

401. Maekinen H. Globalization: Information, Knowledge and Networks //Knowledge of Society White Paper:5. 2006. URL:http://www.yhteiskunnantieto.fi/globalization.pdf

402. Mailheau R. 8 Copywriters Share 8 Secrets to Creating Content Like a Pro. URL: http://www.socialmediatoday.com/marketing/8-copywriters-share-8-secrets-creating-content-pro

403. Maxwell's Demon 2 Entropy, Classical and Quantum Information, Computing. Под редакцией Leff H., Rex A.F. CRC Press. 2002. Boca Raton. 335 с.

404. Monclús B., Vicente-Mariño M. The influence of Infotainment in the Role of TV Newscasts' Main Characters.
URL: http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/340

405. Murch W. In the blink of an eye (new edition): A Perspective on Film Editing. Silman-James Press, 2001. – 146 с.

406. Murray B. Remixing Culture And Why The Art Of The Mash-Up Matters. URL: https://techcrunch.com/2015/03/22/from-artistic-to-technological-mash-up/

407. Novikova A. Infotainment on Russian TV as a tool of desacralization of Soviet myths and creation of a myth about the future//IC Revista Científica de Información y Comunicación, 2014. №. 11.

408. O'Reilly, Tim, and John Battelle. 2004. Opening Welcome: State of the Internet Industry. In San Francisco, California, October 5.
URL:https://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0#cite_ref-O.27Reilly.2C_Tim_2004_19-1

409. Phillips A. A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms. New York: McGraw-Hill Education, 2012. – 288с.

410. Postman N. Five Things We Need to Know About Technological Change. Talk delivered in Denver Colorado March 28, 1998. URL:
http://web.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/materials/postman.pdf

411. Pratten R. Getting Started with Transmedia Storytelling. A practical guide for beginners. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2011. – 106 с.

412. Producers Guild of America. Code of credits – new media.
URL: http://www.producersguild.org/?page=coc_nm&hhSearchTerms=%22transmedia+and+narrative%22#transmedia

413. Rose F. The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories. New York.: W. W. Norton & Company – 384 c.

414. Rose F. The Art of Immersion: The Star Wars Generation // WIRED. URL: https://www.wired.com/2011/03/star-wars-generation

415. Rose F. Columbia's first annual Digital Dozen: Breakthroughs in Storytelling // Deep Media .URL: http://www.deepmediaonline.com/deepmedia/2016/01/columbias-digital-dozen-breakthroughs-in-storytelling.html#more

416. Rose F. The Power of Immersive Media. URL:http://www.strategy-business.com/article/00308

417. Scolari C.A., Bertetti P., Freeman M. Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines. London.: Palgrave Macmillan., 2014. – 95 c.

418. Scolari C. Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds and Branding in Contemporary Media Production//International Journal of Communication.Volume3, 2009 – C. 586-606.

419. Stalder F. The Network Paradigm: Social Formations in the Age of Information. URL: http://www.indiana.edu/~tisj/readers/full-text/14-4%20Stalder.html

420. Stults, R. Media Spaces (Technical report), 1986. Xerox PARC.

421. Tolkien J.R.R. On Fairy Stories. URL: http://excellence-in-literature.com/wp/wp-content/uploads/2013/10/fairystoriesbytolkien.pdf

422. Ue Tom. Catching up with The Silver Goat. An interview with Tom Colley // Academia.edu.
URL: https://www.academia.edu/11766715/Catching_up_with_The_Silver_Goat_An_Interview_with_Tom_Colley

423. Ue Tom. Unpacking The Silver Goat: An Interview with Aaron Brookner // Film International. URL: http://filmint.nu/?p=6319

424. Vögele M. Infotainment - Characteristics, History, Problems, GRIN Verlag, 2013. URL:http://www.grin.com/en/e-book/210681/infotainment-characteristics-history-and-problems

425. Wampole C. The Essayification of Everything//Opinionater. The New York Times, 2013. URL: https://opinionator.blogs.nytimes.com/2013/05/26/the-essayification-of-everything/?_r=0

426. Wendig C. 25 things you should know about transmedia storytelling // Terribleminds. URL: http://terribleminds.com/ramble/2012/04/17/25-things-you-should-know-about-transmedia-storytelling/

427. Will C. Engagement Styles: Beyond ‘Lean Forward’ and ‘Lean Back’. URL: http://johnnyholland.org/2012/03/engagement-styles-beyond-lean-forward-and-lean-back/

428. 10 Funny Movie Poster Cliches // TwistedSifter. URL:http://twistedsifter.com/2011/11/10-funny-movie-poster-cliches/ (дата обращения 10.02.2017).

429. #WheresHans: Where do Hans Christian Andersen’s fairy tales pop up in contemporary culture?//FutureLearn. URL: https://about.futurelearn.com/blog/whereshans-where-do-hans-christian-andersens-fairy-tales-pop-up-in-contemporary-culture/

Электронные ресурсы

430. Библиография трудов Д.С.Лихачёва. URL:http://www.lihachev.ru/lihachev/bibliografiya/5070/

431. Музей телевидения и радио в Интернете. URL:http://www.tvmuseum.ru/

432. Научная электронная библиотека «Киберленинка». URL:http://cyberleninka.ru/

433. Научная электронная библиотека диссертаций disserCat. URL:http://www.dissercat.com/

434. Научная электронная библиотека диссертаций «Человек и наука». URL:http://cheloveknauka.com/

435. Электронная научная библиотека Academia.edu. URL:https://www.academia.edu/

436. Электронная библиотека Гумер – гуманитарные науки. URL:http://www.gumer.info/

ВИДЕО- И ФИЛЬМОГРАФИЯ

1. Американская семейка, Modern family, США, 2009-настоящее время, продюсеры К.Ллойд, С.Левитан
2. Без солнца, Sans soleil, Франция, 1982
3. Бен-Гур, США, 2017, реж. Т.Бекмамбетов
4. Беременный, 2011, реж. С. Андреасян
5. Белоснежка и охотник, Snow White and the Huntsman, США, 2012 греж. Р.Сандерс
6. Белоснежка: месть гномов, Mirror Mirror, США, 2012 г., реж. Т.Сингх
7. Блэйд, Blade, 1998, США, реж. С.Норрингтон
8. Больше чем секс, No Strings Attached, США, 2011, реж. А.Райтман
9. Бэтмен против Супермена: На заре справедливости, Batman v Superman: Dawn of Justice, США, 2016, реж. З.Снайдер
10. Ведьма из Блэр: Курсовая с того света, The Blair Witch Project, США, 1999, реж. Д.Мирик, Э.Санчес
11. Великая, 2015 реж. И.Зайцев
12. Великобритания за один день, Britain in a Day, Великобритания, 2012,

продюсеры К.Макдональд, Р.Скотт

13. В прокат с водителем, The Hire, США, 2001- продюсеры, Д.Финчер, Т.Скотт и др.
14. Время первых, 2017, реж. Д.Киселев
15. Все умрут, а я останусь, 2008, реж. В.Гай Германика
16. Все на свете – ремикс, Everything is a Remix, США, 2010-2014, реж. К.Фергюсон
17. Всё как у зверей, научно-популярная программа, 2013-..., автор Е.Тимонова, реж. С.Фененко
18. Вэлиант: Пернатый спецназ, Valiant, Великобритания-США, 2005, реж. Г. Чэпман
19. Головоломка, Inside Out, США, реж. П.Доктер, Р. Дель Кармен
20. Гордость и предубеждение. Pride and Prejudice, Великобритания, 1995г., реж. С.Лэнгтон
21. Город грехов, Sin City, США, 2005
22. Города любви, Cities of Love, продюсер Э. Бенбии: «Париж, я люблю тебя», 2006; «Нью-Йорк, я люблю тебя», 2008), «Тбилиси, я люблю тебя», 2014
23. Гравитация, Gravity, Великобритания, 2013, реж. А.Куарон
24. Гречанка, 2014, реж. И.Забара, И.Громозда, М.Ткачёва.
25. Горько!, 2013, реж. Ж. Крыжовников
26. Джуниор, Junior, США, 1994, реж. А.Райтман
27. Девочки, 2005, реж. В.Гай Германика
28. Девушка, The Girl, ЮАР-Германия, 2012г., реж. Дж.Джаррольд
29. Доктор Кто, Doctor Who, Великобритания, 1963-настоящее время, продюсер С.Моффат и др.
30. Древо жизни, The Tree of Life, США, 2010, реж. Т.Малик
31. Дорога домой, 2014, реж. В.Бабенко
32. Дурная слава, Infamous, США, 2006, реж. Д.МакГрат
33. Душа тишины, The Quiet, США, 2005, реж. Дж.Бэббит
34. Екатерина, 2014, реж. А.Баранов, Р.Сабитов

35. Ёлки, 2010, продюсеры Т.Бекмамбетов и др.
36. Ёлки-5, 2017, продюсеры Т.Бекмамбетов и др.
37. Железный человек, Iron man, США, 2008, реж. Дж.Фавро
38. Железный человек: Темная сторона, Metal man, США, 2008, реж. Р.Каркоска
39. Жизнь за один день, англ. Life in a day, Великобритания, США, 2011, продюсеры К.Макдональд, Р.Скотт
40. Жизнь как сон, Beyoncé: Life Is But a Dream, США, 2013, реж. Б.Ноулз и др.
41. Задокументируй свою жизнь, Document your life. 2012-2016…, реж. Л. Ханна
42. Запрос в друзья, Friend request, Германия-ЮАР, 2016, реж. С.Верхоэвен
43. Защитники, 2017, реж. С.Андреасян
44. Зеркало, 1974, реж. А.Тарковский
45. Звездные войны, Star Wars, США, 1977-2017..., продюсеры Дж.Лукас, К.Кеннеди и др.
46. Игра престолов, Game of Thrones, США, 2011-2018, продюсеры Д.Бениофф и др.
47. Иисус ВР – История Христа,Jesus VR – The Story of Christ, США, 2016, продюсер Э. Систи)
48. Империя, Empire, США, 2015-2016…, продюсеры Л.Дэниелс, Д.Стронг
49. Интерстеллар, Interstellar, США-Великобритания, 2014, реж. К.Нолан
50. История игрушек, Toy Story, США, 1995, реж. Дж.Лассетер
51. Капоте, Capote, Канада-США, 2006, реж. Б.Миллер
52. Кинокарта Аспена, Aspen Movie Map, США, реж. П.Клэй и др.
53. Китайский квартал, Chinatown, США, 1974, реж. Р.Полански
54. Король Лев, The Lion King, США, 1994, реж. Р.Аллерс, Р.Минкофф
55. Койяанискаци, Koyaanisqatsi, США, реж. Г. Реджио, 1982
56. Красавица и чудовище, Beauty and the Beast, ЮАР-Великобритания, 2005, реж. Д.Листер
57. Красавица и чудовище, Beauty and the Beast, Австралия-Канада, 2009, реж. Д.Листер
58. Красавица и чудовище, Beauty and the Beast, 2012-2016 гг., Канада,

продюсеры Ш. Купер-Ландсман, Дж.Левин

59. Красавица и чудовище, Beauty and the Beast, Италия-Испания, 2014, реж. Ф.Коста

60. Красавица и чудовище, La belle et la bête, Франция-Германия, 2014, реж. К.Ганс

61. Красавица и чудовище, Beauty and the Beast, США, 2017, реж. Б.Кондон

62. Краткий курс счастливой жизни, 2011, реж. В.Гай Германика

63. Лемонад, Lemonade, США, 2016 продюсер Б.Ноулз и др.

64. Люди Икс, X-Men, США, 2000, реж. Б.Сингер

65. Мамы, 2012, продюсеры С.Андреасян и др.

66. Миссия невыполнима, Mission: Impossible, США, 1996-2015…, реж. Б. Де Пальма и др.

67. Москва, я люблю тебя, 2009, продюсеры Е.Кончаловский, Ю.Глоцер

68. Настоящий детектив, True Detective, США, 2014-2015 гг., продюсер Н.Пиццолато

69. На экране, онлайн-реалити шоу, 2016, продюсер Т.Бекмамбетов и др.

70. Невозможный голубь, Pigeon: Impossible, США, 2009, реж. Л. Мартелл

71. Новые русские, 2015, продюсеры И. Золотухин и др.

72. Норильск. От первого лица, 2015, реж. А.Расторгуев

73. Олимпия, Германия, 1938, Л.Рифеншталь.

74. Он – дракон, 2015, реж. И.Джендубаев

75. Особо опасен, Wanted, США-Германия, 2008, реж. Т.Бекмамбетов

76. Первый мститель: Противостояние, Captain America: Civil War, США, 2016, реж. Э.Руссо, Дж.Руссо

77. Пиковая дама: Черный обряд, 2015, реж. С.Подгаевский

78. Пираты Карибского моря, Pirates of the Caribbean, США, 2003-2017 гг., продюсер Дж.Брукхаймер

79. Письмо Джейн, Letter to Jane: An Investigation About a Still, Франция, 1972, реж. Ж.-Л. Годар, Ж.-П. Горен

80. Плесень, 2009, реж. Д.Васильев

81. Поколение Икс, Generation X, США, 1996, реж. Д.Шолдер
82. Полторы комнаты, или Сентиментальное путешествие на Родину, 2008, реж. А.Хржановский
83. Пятьдесят оттенков серого, Fifty Shades of Grey, США, 2015, реж. С.Тейлор-Джонсон
84. Район тьмы. Хроники повседневного зла, 2016..., реж. А.Гончуков
85. Реальная любовь, Love Actually, Великобритания-США-Франция, 2003, реж. Р.Кертис
86. РЕАЛЬНОСТЬ, 2013-2016..., продюсеры А.Пивоваров, П.Костомаров, А.Расторгуев
87. Реальные пацаны, 2010-2016, реж. Ж.Кадникова
88. Самый лучший день, 2015, реж. Ж. Крыжовников
89. Свидание за завтраком, The lunch date, 1989, реж. А.Дэвидсон
90. Секс и виски, 2010, реж. М.Морсков
91. Секс по дружбе, Friends with Benefits, США, 2011, реж. У.Глак
92. Сквозь пространство и время с Морганом Фрименом, Through the Wormhole, США, 2010-2016
93. Случайные любовники, Accidental Lovers, Финляндия, 2006-2007, реж. М.Л.Туомола
94. Смешарики, 2003-2012, реж. Д.Чернов
95. Снимая «Отелло», Filming «Othello», ФРГ, 1978
96. Специальная посылка, Special Delivery, США, 2015, реж. Т.Раффл
97. Страна ОЗ, 2015, реж. В. Сигарев
98. Среда обитания, 2009-2012, реж. Н.Кузнецова
99. Сыны анархии, Sons of Anarchy, США, 2008-2014, продюсер К.Саттер
100. Сумерки: Сага, Twilight Saga, США, 2008-2012 гг., реж. К.Хардвик, К.Вайц, Д.Слэйд, Б.Кондон.
101. СуперБобровы, 2015, реж. Д.Дьяченко
102. Счастье – это…, 2015, продюсеры М. Жигалова-Озкан, В.Грамматиков
103. Только не они, 2016, реж. А.Бойков

104. Триумф воли, Германия, 1935, реж. Л.Рифеншталь
105. Убить Билла, Kill Bill, США, 2003, реж. К.Тарантино
106. Убрать из друзей, Unfriended, США-Россия, 2015, реж. Л.Габриадзе
107. Улыбка пересмешника, 2014, реж А.Рудаков.
108. Фальшивка, F for Fake, Франция-Иран-ФРГ, 1973, реж. О.Уэллс
109. Хардкор, Hardcore Henry, Россия-США, 2015, реж. И.Найшуллер
110. Хичкок, Hitchcock, США-Великобритания, 2012 г., реж. С.Джерваси
111. Холодное сердце, Frozen, США, 2013, реж. К.Бак, Дж.Ли
112. Хорошая жена, The Good Wife, США, 2009-2016, продюсеры М.Кинг, Р.Кинг
113. Цветок Дьявола, 2010, реж. Е.Гроховская
114. Человек-паук, Spider-Man, США, 2002, реж. С. Рэйми
115. Человек с киноаппаратом, 1929, реж. Дз.Вертов
116. Чемпионы, 2014, продюсеры С.Андреасян и др.
117. Чёрное зеркало, Black Mirror, Великобритания, 2011-настоящее время, продюсер Ч.Брукер
118. Школа, 2010, реж. В.Гай Германика
119. Эксперимент 5IVE, 2009, реж. П.Буслов, А.Велединский, И.Волошин, А.Звягинцев, А.Попогребский
120. Япония за один день, Japan in a Day, Великобритания, Япония, 2012, продюсеры Р.Скотт, Л.Маршалл и др.
121. Я тебя люблю, 2011, реж. П.Костомаров, А.Расторгуев
122. Я тебя не люблю, 2012, реж. П.Костомаров, А.Расторгуев
123. 1210, 2012, реж. А.Гончуков
124. Bad Motherfucker, 2013, реж. И.Найшуллер
125. Eterna, 2013, реж. В. Худобец
126. Façade, США, 2005, разработчики M.Mateas, A.Stern
127. Smack My Bitch Up, 1997, реж. Jonas Åkerlund
128. Stonemilker, 2015, реж. А.Т. Хянг
129. The Stampede, 2011, реж. И.Найшуллер

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Брендированный контент – технология интеграции бренда и художественного, развлекательного или информационного продукта, при которой маркетинговая или рекламная составляющая не маскируется, но и не превалирует над другими функциями произведения.

Бук-трейлер (от англ. book trailer) – креативный видеоролик, анонсирующий литературное произведение.

Вариабельность, вариативность (англ. remixability) – способность медиаобъекта стать исходным материалом для творческого переосмысления, реконфигурации, дополнения элементами других объектов медиасферы и экранных искусств, а также способность самой медиасферы производить множество подобных реконфигураций, гибридов, «ремиксов».

Видеохостинг (англ. video hosting service) – веб-сайт, позволяющий пользователям загружать, смотреть, редактировать и комментировать видео в Интернете.

Иммерсивность медиа – свойство и способность различных видов медиа и/или экранных нарративов вовлекать реципиента в нарратив, на уровне восприятия стирая черту между физическим и нефизическим миром.

Иммерсия – иллюзия полного или частичного погружения реципиента в виртуальную реальность, вплоть до ощущения физического присутствия в нематериальном пространстве.

Интерактивность в экранных искусствах подразумевает возможность взаимодействия реципиента с экранным нарративом. С точки зрения мультиплатформенных трансмедийных экранных произведений интерактивность рассматривается как художественно-выразительное средство.

Инфотейнмент (от англ. information – информация и entertainment – развлечение) – модель современной медиакультуры, подразумевающая интеграцию процессов информирования и развлечения.

Кроссмедиа – маркетинговая ипостась актуализации трансмедийности, использование взаимной интеграции и синергии медианосителей, медиаканалов, медиаплатформ для решения маркетинговых и рекламных задач.

Культура ремикса (англ. remix culture) – тип культуры производства художественного произведения и/или информационного продукта, при котором позволяется и поощряется объединение или редактирование уже существующих культурных артефактов.

Медиагибрид – новый «медиавид», жанр, формат или группа жанров/форматов, возникающий как результат инфильтрационных процессов между медиасферой и экранными искусствами, при которых происходит многоуровневое взаимовплетение элементов различных типов медиа.

Под **медиаканалом** в границах данной работы понимается крупный канал коммуникации, посредством которого массмедиа-структуры распространяют контент, производимый профессионалами, в частности, телевидение, кинематограф и Интернет.

Медиамикс – стратегия, используемая в Японии с шестидесятых годов двадцатого века, подразумевающая распространение медиаконтента,

первоначально возникшего на базе японской мультипликации (аниме) на различные платформы, каналы, физические носители, включая широковещательные медиа (ТВ, радио), компьютерные игры; а также элементы мерчендайзинга: игрушки и парки развлечений.

Медианоситель – любой физический носитель информации – от внешних накопителей и «хранилищ» данных (так называемых «жёстких дисков», от англ. hard drive) до выходящих из обращения CD- и DVD-дисков и печатных изданий.

Медиаплатформа в границах данной работы – цифровое многофункциональное техническое устройство, обеспеченные выходом в Интернет, способное выступать как инструмент творчества, коммуникации, поиска информации и т.д., в том числе посредством использования социальных медиа. Примерами медиаплатформ могут послужить «смартфоны», персональные компьютеры, планшетные компьютеры и др.

Медиапространство в границах данной работы понимается как сегмент медиасферы, в котором для обмена информацией используются электронные устройства.

Медиасимбиоз в контексте данного исследования подразумевает интеграцию двух или более типов медиаканалов, медиаплатформ или медианосителей; часто, но не всегда, объединённых общим «брендом», с целью достижения синергетического эффекта, при сохранении частичной или полной автономности элементов.

Медиасреда понимается как неоднородная совокупность медийных явлений, условий, процессов, границы которой определяются изучаемым объектом, на который данная совокупность оказывает влияние. Классификация медиасред в рамках данного исследования выполняется по способу формирования и обращения в них художественного и информационного контента. **Профессиональная медиасреда** производит экранные произведения, созданные и распространяемые профессионалами кино- и телепроцессов. **Любительская медиасреда** составляется креативными опытами и практиками активных медиапользователей, публикуемыми в интернет-пространстве.

«Псевдолюбительская» или полупрофессиональная медиасреда возникает на стыке обозначенных сред и производит особые гибридные экранные формы.

Медиасфера в рамках данного исследования понимается как предельно общее понятие, описывающее весь комплекс медиаобъектов и субъектов, участвующих в медийных процессах, а также сами медийные процессы, взаимосвязи и взаимоотношения между субъектами и объектами.

Мультиплатформенность – ключевая характеристика современного медиапространства, подразумевающая многообразие платформ, каналов, носителей и медийных форм, участвующих в медийных процессах.

Мэш-ап (от англ. mash-up, смешивать) – многозначный термин, всегда означающий какой-либо медиагибрид. Используется в музыкальной индустрии, веб-технологиях, литературе и креативном монтаже видео, всегда означая творческое, более радикальное, чем в «ремиксе», «смешивание» ранее существующих элементов с целью создания нового произведения. В музыкальной индустрии, мэшап – это музыкальная композиция, состоящая из нескольких популярных произведений, в литературе– произведение, в основе которого лежит другое, часто классическое, в сочетании с элементами нового жанра, нередко чуждого первоисточнику.

Сторителлинг (калька с английского storytelling, образовано от «story» – история и «telling» – рассказывание) – в широком смысле, процесс передачи информации в словах, звуках и/или изображениях, нередко в импровизационной или «приукрашенной» форме; с практической точки зрения – комплекс приёмов и процесс создания опыта, чаще всего развлекательного или образовательного, для реципиента. В отечественных исследованиях этот термин может заменяться словами «повествование» или «наррация», однако в практической среде наиболее часто используется именно термин «сторителлинг», что обеспечивает ему приобретение коннотативных свойств, важных для данного исследования. «Историческим» синонимом из русского языка может послужить понятие «сказительство», одновременно предполагающее наличие творческой и интерактивной составляющей и отсылающее как к вопросам соотношения и

взаимодействия автора, рассказчика и аудитории, так и к феномену фольклоризации нарратива, приобретающему важное значение в эпоху доминирования интернет-культуры.

Тизер (от англ. teaser) – «интригующий» фрагмент экранного произведения, распространяемый в рекламных целях.

Трансмедиа/медиафраншиза (от англ. media franchise) – совокупность медиаматериалов, в рамках которой формируется и поддерживается единый повествовательный и образно-тематический строй какого-либо художественного произведения, как правило, частично или полностью защищённый авторским правом.

Трансмедийность – категориальное понятие, включающее в себя элементы родственных понятий и концепций (интермедиальность, полифонизм и др.). Данная категория соотносится с ключевым свойством современной медийной реальности, обеспечивающим способность к медийному расширению, многоуровневой гибридизации медиаобъектов, вовлечению в процесс сотворчества различных сегментов аудитории и стимулированию аудитории к достраиванию ассоциативных взаимосвязей. Свойство трансмедийности порождается социокультурными, технико-технологическими и медийными процессами и обусловливает ряд значимых изменений в медиасфере и экранных искусствах.

Трансмедийная сериальность – феномен формирования неочевидных сложно-ассоциативных взаимосвязей между разнородными медиаобъектами, возникающий вследствие развития интернет-культуры, интернет-пространства и активного вовлечения аудитории в процесс построения трансмедийных повествовательных моделей.

Трансмедийное повествование (в практической сфере нередко используется калька с английского transmedia storytelling – трансмедиа сторителлинг) – повествовательная модель и/или процесс выстраивания повествования, при котором элементы художественного произведения систематически распространяются на множество медиаканалов, медиаплатформ,

медианосителей, с целью создания единого комплексного и скоординированного развлекательного опыта, подразумевающего активное взаимодействие с различными сегментами аудитории. С позиции трансмедиа сторителлинга каждая используемая медиаплатформа, носитель или канал – это ретранслятор художественной и/или информационной образности, который стратегически вписывается в общее нарративное пространство. В «идеальной» ситуации технические и другие характеристики каждого элемента системы должны учитываться авторами-координаторами для максимального вовлечения аудитории в нарратив и фактически эволюционировать до статуса художественно-выразительных средств. Существуют родственные, но не тождественные трансмедиа сторителлингу концепции, возникшие на разных этапах развития медиа – Gesamtkunstwerk («всеобъемлющее произведение искусства»), OSMU, гипермедиа, интермедиа, кроссмедиа, deep media (глубокие медиа), медиамикс и др.

Трансмедийное экранное произведение – произведение, в котором на художественном, структурном, смысловом и повествовательном уровнях реализовано сложное сочетание различных видов медиа.

Трансмедийные технологии – это совокупность методов и технологий, посредством которых осуществляется процесс построения информационных и эстетических взаимосвязей между разнородными объектами, составляющими современную медиасферу, обусловливающий медиагибридизацию, генезис новых жанров и форматов, а также самоорганизацию медиапространства в совокупность многоуровневых трансмедиа-систем.

Трейлер (от англ. trailer) – рекламный ролик экранного произведения, как правило, отличающийся особой выразительностью, акцентированностью информации, чёткой структурой.

Фанат (от англ. fan – поклонник) – преданный поклонник художественного произведения, обладающий высокой степенью предварительной осведомлённости о его деталях и активно участвующий в художественном дискурсе данного произведения.

Фанфик, фанфикшн (англ. fan fiction, дословный перевод – «художественная литература поклонников») – литературная разновидность творчества «фанатов» (преданных поклонников) популярных произведений искусства, в которой могут быть использованы персонажи, сюжет и элементы вымышленной «Вселенной» родоначального произведения: продолжения культовых произведений, пародии, «альтернативные Вселенные», «кроссоверы» (англ. crossover) – креативные «переплетения» разных произведений в рамках одного; тексты из направлений «пэйринг» (от англ. pair – пара) и «шиппинг» (англ. relationships - отношения), то есть посвященные романтическим отношениям персонажей и др.

Понятие принципа **фрактальности** структурно-сюжетной организации трансмедийных экранных произведений восходит к математическому термину «фрактал», означающему самоподобную фигуру, то есть такую, в которой целое подобно по форме одной или более своих частей. Фрактальная структура подразумевает децентрализованность, отсутствие чёткого повествовательного «ядра», нелинейность, факультативность начала и конца повествования, незавершаемость повествования, а также подобие и самоподобие элементов мультиплатформенных экранных нарративов.

Цифровые технологии – комплекс электронно-технических устройств, приборов и технологий обработки, регистрации, обмена и накопления информации в виде цифрового кода, а также её передачи в форме цифрового сигнала.

Экранный нарратив в рамках данного исследования понимается как повествовательный комплекс структур аудиовизуальных образов.

Web 2.0 – популярный термин, характеризующий текущее «демократичное» состояние «Всемирной паутины», при котором «во главе угла» стоят пользователи Интернета. Web 2.0 подразумевает максимально гибкое, доступное, демократичное взаимодействие любого пользователя с практически любой информацией в виртуальном пространстве и виртуальным пространством Интернета как таковым.