



НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

МЕДИАКУЛЬТУРА

ИНСТИТУТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ (ГИТР)

7
(2)

Институт кино и телевидения (ГИТР)

МЕДИАКУЛЬТУРА 1 (2), 2025

Научный журнал

ISSN: (Online) DOI:

Учредитель и издатель — Институт кино и телевидения (ГИТР)

Адрес — Россия, 125284, Москва, Хорошевское ш., д. 32А

Периодичность выпуска — ежеквартально. Издаётся с 2025 г. Индексируется в РИНЦ.

Электронный научный рецензируемый журнал «Медиакультура» посвящен актуальным вопросам теоретических исследований экранных искусств и различных форм визуальной культуры, изучению практических аспектов функционирования кино-, телеиндустрии и в целом медиасферы, а также анализу педагогических стратегий и методик обучения медиаспециальностям.

Публикует результаты исследований в соответствии с паспортом научных специальностей:

- 5.10.1. Теория и история культуры, искусства» (культурология)
- 5.10.1. Теория и история культуры, искусства (искусствоведение)
- 5.10.3. Кино-, теле- и другие экранные искусства (искусствоведение)
- 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика
- 5.4.6. Социология культуры

Миссия:

- анализировать актуальные тенденции в развитии медиасферы, включая телевизионные и интернет-форматы, киноиндустрию и видеоигры;
- исследовать новейшие аудиовизуальные формы медиакультуры в контексте эволюции культуры и цивилизации в целом, используя междисциплинарный подход, привлекая концепции культурологии, искусствознания, философии, эстетики и других наук;
- способствовать обмену педагогическим опытом в области методики преподавания медиаспециальностям.

Журнал зарегистрирован в Министерстве по делам печати, телерадиовещания и массовых коммуникаций РФ.

© Институт кино и телевидения (ГИТР), 2025

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор – **Олеся Витальевна Строева**, доктор культурологии, кандидат философских наук, проректор по научной работе, профессор и заведующая кафедрой теории и истории культуры Института кино и телевидения (ГИТР), член ТСХР

Научный редактор – **Игорь Альбертович Борисов**, кандидат философских наук, доцент кафедры теории и истории культуры Института кино и телевидения (ГИТР)

Ответственный секретарь, редактор – **Елена Николаевна Лаврова**, аспирант кафедры теории и истории культуры Института кино и телевидения (ГИТР)

РЕДАКЦИОННО-ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ

Ступин Сергей Сергеевич, доктор искусствоведения, кандидат философских наук, академик РАХ, директор НИИ теории и истории изобразительных искусств РАХ, секретарь ВТОО «Союз художников России», председатель творческой комиссии по искусствоведению и художественной критике

Дюкин Сергей Габдульсаматович, доктор культурологии, профессор кафедры культурологии и философии Пермского государственного института культуры

Лавренова Ольга Александровна, доктор философских наук, почетный член РАХ, профессор МИСИС, МГИК, ВШЭ, руководитель междисциплинарного проекта «География искусства», ведущий научный сотрудник Института научной информации по общественным наукам Российской академии наук (ИНИОН РАН)

Кривуля Наталья Геннадьевна, доктор искусствоведения, профессор, руководитель научного отдела Высшей школы (факультета) телевидения, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, член Союза кинематографистов РФ, член Московского союза художников

Клюева Людмила Борисовна, доктор искусствоведения, доцент, Всероссийский государственный институт кинематографии имени С. А. Герасимова

Люсый Александр Павлович, доктор филологических наук, кандидат культурологии, профессор кафедры теории и истории культуры, Институт кино и телевидения (ГИТР)

Литовчин Юрий Михайлович, кандидат искусствоведения, профессор, ректор, Институт кино и телевидения (ГИТР), член Европейской киноакадемии (EFA)

Гуров Олег Николаевич, кандидат философских наук, МВА, доцент МГУ им. М. В. Ломоносова, ГАУГН, РАНХиГС, научный сотрудник МГИМО, генеральный директор АНО «Центр развития деловых компетенций»

Аронин Сергей Владимирович, кандидат культурологии, доцент кафедры звукорежиссуры, Институт кино и телевидения (ГИТР)

Мириманов Дмитрий Александрович, кандидат филологических наук, доцент Высшей школы (факультета) телевидения, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Пожаров Алексей Игоревич, кандидат культурологии, доцент кафедры звукорежиссуры, Институт кино и телевидения (ГИТР)

Хвоина Ольга Борисовна, кандидат искусствоведения, доцент кафедры звукорежиссуры, Институт кино и телевидения (ГИТР)

Ерофеев Сергей Владимирович, кандидат филологических наук, профессор кафедры телерадиожурналистики, проректор, Институт кино и телевидения (ГИТР)

Ермишева Маргарита Николаевна, кандидат искусствоведения, доцент кафедры звукорежиссуры, Институт кино и телевидения (ГИТР)

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ

Кривуля Н. Г., Ромашова А. В.

Китайский экранный контент для российской детской аудитории6

Борисов И. А., Иванов Р. В.

Эйва из киновселенной «Аватар»: метафизика связи в антропологии будущего22

Строева О. В., Трапезникова А. В., Поморин И. А.

Тенденции гиперреализма в современной кинопродукции37

ПРАКТИКА

Ерофеев С. В.

От классической журналистики к мобильной: смартфон как внешнее расширение человека
.....54

Квашенкин А. Е.

Новостной научно-популярный репортаж в контексте взаимодействия СМИ и пресс-службы
.....68

Минлишев Р. Э., Незванов П. А.

Инновации в операторских решениях в зарубежных стриминговых сериалах89

ПЕДАГОГИКА

Железняков А. К., Мартынов А. В.

От депрессии к свету: как классика и педагогика меняют мировоззрение молодых
режиссеров101

ТЕОРИЯ

Кривуля Наталья Геннадьевна,

доктор искусствоведения, профессор, руководитель научного отдела Высшей школы (факультета) телевидения, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, член Союза кинематографистов РФ, член Московского союза художников, РИНЦ SPIN: 2563-1306, vgik.anima@ya.ru

Ромашова Алена Викторовна,

доцент кафедры мастерства художника мультимедиа Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское ш., 32А, alen_rom@mail.ru

УДК 070

Китайский экранный контент для российской детской аудитории

Аннотация: статья посвящена проблеме продвижения китайского экранного контента на российском медиарынке. Выявлено, что в последние годы на российском экране происходит увеличение объемов детской экранной продукции, созданной китайскими производителями. Проанализированы причины данного явления, среди которых: тесное сотрудничество между двумя странами на государственном уровне; качественное улучшение китайской экранной продукции и ее завоевание международных рынков; государственная политика КНР, рассматривающая экранную продукцию как оружие «мягкой силы»; потребности российского рынка в качественном экранном контенте в условиях санкционной политики, введенной западными странами; наращивание совместного производства экранной продукции. Определены основные проблемы, с которыми сталкиваются китайские производители при продвижении экранной продукции на российский медиарынок. Среди них можно выделить следующие: адаптацию к запросам российского зрителя, проблемы качественного перевода, запросы на создание не только развлекательного, но и образовательного контента, учет предпочтений целевой аудитории.

Ключевые слова: Китай, Россия, экранный контент, копродукция, анимация, международное культурное сотрудничество, детская аудитория

Natalia G. Krivulya,

Doctor of Science in Art History, Professor, Head of the Scientific Department of the Higher School (Faculty) of Television, Lomonosov Moscow State University, member of the Union of Cinematographers of the Russian Federation, member of the Moscow Union of Artists, RSCI SPIN: 2563-1306, vgik.anima@ya.ru

Alyona V. Romashova,

Associate Professor of the Department of Multimedia Artistry, GITR Film and Television School, 32A Khoroshevskoe shosse, Moscow, 125284, Russia, alen_rom@mail.ru

UDC 070

Chinese Screen Contents for Russian Children's Audience

Abstract. The article is devoted to the problems of promoting Chinese screen contents in the Russian media market. It has been revealed that in recent years there has been an increase in the amount of children's screen products created by Chinese production for Russia. The reasons for this phenomenon have been identified as the following: close cooperation between the two countries at the state level, the qualitative improvement of Chinese screen products and their conquest in international markets, the PRC's state policy regarding screen products as a weapon of "soft power", the needs of the Russian market for high-quality screen contents in the context of the sanctions policy imposed by Western countries, increasing the joint production of screen products. The main problems faced by Chinese producers in promoting screen products to the Russian media market are adaptation to the needs of the Russian viewer, problems of high-quality translation, requests for educational contents not only entertaining ones, taking into account the preferences of the target audience.

Keywords: China; Russia, screen content, co-production, animation, international cultural cooperation, children's audience

Введение

В современном мире на развитие детей оказывает мощное влияние экранная продукция. Профессор СПбГУ Т. В. Черниговская и ведущие ученые в области нейрофизиологии неоднократно в своих

выступлениях отмечали, что время, проведенное детьми в процессе потребления экранной продукции самого разного толка, начиная от мультфильмов и заканчивая компьютерными играми, оказывает заметное и долгосрочное влияние на работу их мозга. Это влияние, согласно результатам работы, опубликованной в журнале *Early Education and Development*, имеет не только негативные последствия, но и некоторые положительные эффекты¹. Экранная продукция оказывает влияние на развитие ребенка не только на физиологическом уровне, но и является одним из инструментов формирования его личности, нравственно-духовного портрета. Произведения аудиовизуальной культуры играют важную роль в формировании мировоззрения, культурных предпочтений, ценностных ориентиров, образовательных интересов детей. Они выполняют воспитательные задачи. Е. В. Сальникова указывает, что визуальная информация становится мощным фактором образовательных практик и повседневного частного бытия: «Сегодня популяризация электронных носителей визуальной информации приводит к тому, что знакомство индивида с образами из пространства технической визуальной культуры заметно опережает знакомство непосредственно с образами самого окружающего нас мира, а также и с традиционными книгами или изобразительным искусством» [6, с. 3].

С каждым годом детская аудитория становится все более требовательной и разносторонней, что создает необходимость постоянного совершенствования и разнообразия выпускаемого контента, а также расширения каналов его трансляции. **Актуальность** статьи связана с анализом современной ситуации в области детского контента, транслируемого российскими вещательными каналами. Текущие вызовы подталкивают создателей и трансляторов детского экранного контента к динамичному решению задач, направленных на развитие этого сегмента медиакультуры. Движение к поставленной цели сопряжено с решением комплекса проблем. Среди основных можно выделить острую нехватку детского контента, а тем более качественного контента, способного сочетать в себе развлекательные, просветительские и образовательные элементы. Особенно остро стоит вопрос относительно контента для зрителей школьного возраста. Есть особый запрос на «позитивный» контент, способный переключить внимание молодежной аудитории с деструктивной экранной продукции на произведения, несущие позитивные начала, способные решать задачи «патриотического и духовно-нравственного воспитания детей и молодежи». По словам генерального директора телеканала «СуперГерои» («Малыш») И. Шибанова: «у нас совсем нет авторов в этом сегменте»².

¹ Использование гаджетов детьми: плюсы и минусы. URL: <https://cont.ws/@bernardshaw17/2679618> (Дата обращения 14.04.2025).

² Эксперт сообщил о нехватке детского контента на телевидении // ТАСС, 27 сентября 2022, 11:38 // <https://tass.ru/obschestvo/15879553> (Дата обращения 14.04.2025).

Современные дети и подростки становятся все более избирательными в предпочтениях и требовательными в отношении формата и содержания экранной продукции, что требует постоянного анализа их запросов и адаптации контента под их нужды и предпочтения. Развитие медиаиндустрии сопровождается уникальными вызовами, продиктованными изменениями в глобальном мире. Появление новых каналов трансляции и стремление традиционных каналов сделать свое вещание более разнообразным приводит к тому, что поставщики контента не только сами стремятся к его вариативности, уникальности и увлекательности, но и обращаются к различным производителям, в том числе зарубежным. В сложившихся политических условиях, вызванных санкциями в связи с проведением специальной военной операции, уходом с российского рынка западных игроков, еще более остро стала ощущаться нехватка качественного детского контента. Многие отечественные интернет-платформы и онлайн-кинотеатры перестали транслировать не только новинки медиарынка, но и стали удалять из библиотек продукцию американских и европейских производителей.

Российские производители, несмотря на увеличение инвестиций в отрасль и государственную поддержку, неспособны компенсировать возникший дефицит. На начало 2023 г. примерное сокращение ассортимента видеохостингов оценивается от 10 до 70 % в зависимости от сервиса³. Дефицит западного контента невольно вызывает отток аудитории. В этих условиях трансляторы видеопродукции включились в активные поиски альтернативного контента. По мнению экспертов, главный вектор на этом пути был взят на азиатские страны и другие доступные медиарынки, способные предоставить экранный контент. В этой связи особый интерес представляет экранная продукция, производимая КНР. Тем более этому способствует, проводимая российским государством политика, направленная на сближение и взаимодействие с Китаем. Она открыла новые возможности для сотрудничества в сфере медиаиндустрии.

Таким образом, **целью** статьи является рассмотрение проблем продвижения китайского детского контента на российский медиарынок. Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд **задач**, а именно: проанализировать состояние российского рынка детской экранной продукции; выявить долю китайской продукции, присутствующей на российском рынке, и ее особенности; определить тенденции ее проката; выявить причины интереса к данной продукции, а также определить факторы, тормозящие ее продвижение. В ходе исследования был использован **комплекс методов**, охватывающих как теоретический, так и практический аспект. В первую очередь, это социо-культурологический и компаративный анализ китайской экранной продукции, представленной на российском медиарынке.

³ Спрос на российские онлайн-кинотеатры будет падать: кто их заменит / Fintolk.pro. 2006–2023. URL: <https://fintolk.pro/news/spros-na-rossijskie-onlajn-kinoteatry-budet-padat-kto-ih-zamenit/> (Дата обращения: 18.03.2025).

Китайский детский контент для российской аудитории

Интерес к китайскому детскому контенту за последние годы только увеличивается. Этому способствуют тесные связи между нашими государствами. Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ) после государственного визита президента России Владимира Путина в Китай стал активно способствовать продвижению китайской медиапродукции на нашем рынке. Кроме того, Фонд прорабатывает возможности не только экспорта готовой продукции, но и создания совместного фонда кино для продвижения проектов копродукции.

Представители Роскино в ситуации с возникшим на российском кинорынке дефицитом после ухода западных кинокомпаний полагают, что его сможет восполнить китайская продукция. Российские стриминговые платформы активно сотрудничают с китайскими производителями детского контента, но закупка и дальнейшая его трансляция сопряжена с рядом проблем. Одна из них заключается в различии ментальности, духовно-нравственных и культурных установок. Китайская экранная продукция, как бы она не стремилась следовать мировым трендам, как бы технически не была совершенной – никогда не копировала западные клише и не развивалась по голливудским стандартам. Она всегда изготавливалась для внутреннего рынка и транслировала духовно-нравственные модели, идеологические послы, понятные азиатскому зрителю, затрагивала близкие ему экзистенциальные проблемы. Китайские зрители любят свою экранную продукцию и предпочитают ее зарубежному контенту.

Другая проблема кроется в противоречии между существующими подходами к созданию детского контента и ожиданиями общества от него в контексте современных требований и вызовов. Устоявшиеся практики могут не соответствовать современным стандартам качества и образовательным потребностям детей. Кроме прочего, часто возникают «белые пятна» в теории и практике создания детских фильмов, сериалов и телепрограмм.

В ситуации сотрудничества и завоевания новых рынков перед китайскими производителями детского контента одной из главных становится проблема адаптации своей продукции под нужды и ожидания не только современного детского зрителя, но и всего российского медиарынка. Детские анимационные, кино- и телепроекты в Китае являются не только развлекательными, но и отражают глубоко укорененные в культуре ценности и традиции [8]. Культурные аспекты оказывают влияние на создание детского контента, определяя его тематику, развитие сюжета, структуру и образ героев, а также проявляются в визуальном и звуковом решении. Из значимых объектов культурного воздействия в китайской экранной продукции делается акцент на ценностях, которые считаются важными в китайском

обществе, что подразумевает уважение к старшим, традиционные семейные ценности, патриотизм и сохранение культурного наследия.

Следовательно, детский контент работает в качестве педагогического инструмента, способствуя формированию ценностной ориентации детей в соответствии с общепринятыми нормами. Китайский детский контент тесно связан с политикой государства, пропагандой идеалов коммунизма и патриотических идей, наполняя кино, мультипликацию и телеэфир любовью к родине и вдохновляя на подражание героическим моментам как прошлого, так и настоящего. Такие детские программы как «Урок настоящей истории» и «Блеск красной звезды», выходящие на центральном китайском телевидении, направлены на развитие любви к родине и патриотических чувств среди молодого поколения. Они позволяют детям погрузиться в исторические события, узнать о героических поступках китайского народа, что способствует формированию культурного и патриотического сознания нации.

С 2000-х гг., когда китайская экономика показывала стремительный рост, страна становилась крупнейшим потенциальным рынком в мире. В эти годы китайский рынок остро нуждался в качественном контенте. Стимулируя развитие национальных медиапроизводителей и приобретая иностранный контент, особое внимание правительство Китая уделяло содержанию контента и тому воздействию, которое он оказывает на молодое поколение. С открытием Китая для западных ценностей и технологий в начале 1980-х гг., с одной стороны, возникла потребность в соотнесении и интеграции их с традиционными китайскими ценностями, а с другой, в сохранении национальной идентичности.

В этот период под влиянием западных ценностей возникла опасность «духовного загрязнения», о чем неоднократно говорил ряд китайских исследователей. Практика этих лет дала неоценимый опыт в разработке стратегий интеграции и путей, связанных с поиском культурных компромиссов, выработкой инновационных решений, отвечающих общемировым трендам и сохраняющим национальные духовные и образовательные ориентиры. Этот опыт стал актуальным, когда возник запрос на китайский детский контент со стороны российских медиаплатформ, видеохостингов и телеканалов. Тогда китайские производители решили расширить свое присутствие на российском медиарынке. Тем более что кинопроизводство является неотъемлемым элементом политики «мягкой силы», проводимой руководством КНР и направленной на популяризацию китайской культуры за рубежом [1]. В целях продвижения китайской продукции на международные рынки, а также содействия взаимопониманию между различными культурами в 2013 г. по инициативе Председателя КНР Си Цзиньпина Отдел пропаганды Центрального комитета Коммунистической партии Китая (ЦК КПК) и Главное государственное управление по делам прессы, печати, радиовещания, кинематографии и телевидения КНР разработали проект «Шелковый путь кино и телевидения», направленный на расширение

производства качественной продукции и укрепление международного взаимодействия [7]. Его реализация началась в марте 2014 г.

В рамках проекта началась работа над серией фильмов и телепередач, которые были показаны на утвержденном международном кинофестивале «Шелковый путь». Этот проект стал одним из первых, в рамках которого открылись возможности для продвижения китайского контента на отечественный медиарынок. Проект позволил создать платформы для сотрудничества в области медиаиндустрии; началась публикация политических документов по развитию кинематографа и телевидения двух стран и демонстрация достижений киноторговли⁴.

Продвижение китайской медиапродукции не носит спонтанный характер. Ему предшествуют серьезные исследования российского рынка детской экранной продукции [2], [5]. Они позволяют выявить проблемные моменты российского медиaprостранства, показывая острую нехватку образовательных, научно-просветительных программ, а также контента для подростковой аудитории.

Оценивая медиаконтент, который присутствует на российском рынке для детской аудитории, можно сказать, что он состоит преимущественно из мультфильмов. Многие отечественные эксперты высказывали опасения и даже давали негативный прогноз о перспективах продвижения китайского кино на отечественные экраны в силу его ориентации на внутренний рынок. Причем среди причин непопулярности китайской медиапродукции у отечественного зрителя эксперты чаще всего называли непривычный стиль и разницу в ментальности. Однако эти утверждения не касаются анимационной продукции и детского контента, где именно эти причины, на наш взгляд, и делают ее привлекательной.

При этом значительная часть медиапродукции, поставляемой на отечественный рынок, является совместной продукцией Китая и других стран, в том числе совсем незначительная часть из общего объема экранной продукции создана совместными российско-китайскими усилиями. Примером совместного производства российской студии «Воронеж» (Wizart Animation) и китайской компании iQIYI являются такие проекты, как «Снежная королева», «Волки и овцы». «Хранители чудес» [3], [4]. Несмотря на фильмы совместного производства, на российском медиарынке наблюдается устойчивая тенденция к увеличению доли чисто китайских лент, т. е. фильмов, профинансированных КНР, созданных китайскими режиссерами и на китайском материале (повествующие о китайской культуре, истории, мифологии и реальной жизни в настоящий момент).

⁴ Общее количество подписанных контрактов по проекту кинорынка 6-го Международного кинофестиваля «Шелковый путь» установило новый рекорд // Агентство «Синьхуа». URL: http://www.xinhuanet.com/russian.news.cn/2019-10/21/c_138490167.htm (Дата обращения: 28.03.2025 (на кит. языке)).

Это связано с тем, что нынешнее состояние китайского кинопроизводства определяется как «эпоха его бурного развития». По оценке газеты «Синьхуа», благодаря значительным экономическим достижениям и огромным рыночным перспективам, китайская анимационная индустрия на протяжении последних лет показывает высокий темп роста: «Общая стоимость продукции китайской анимационной индустрии резко возросла: с 88,2 млрд юаней в 2013 г. до 221,2 млрд юаней в 2020 г.»⁵ А как отмечал председатель Китайской ассоциации анимации Ма Ли в 2023 г. общий объем производства отрасли превысит 300 млрд юаней /около 41,8 млрд долл. США.

У российских и китайских медиапроизводителей имеется многолетний опыт по обмену и совместному производству в области детской аудиовизуальной продукции. Причем, в основном, это анимационная и образовательная продукция. За последние годы можно было наблюдать интенсификацию медиасотрудничества между двумя странами, акцентирующую важность культурного обмена в современном контексте. Начало этого обмена имеет глубокие исторические корни в культурных связях между Китаем и Россией, особенно в период холодной войны. На протяжении многих лет культурное взаимодействие между двумя странами происходило через кинотеатральные показы, а на современном этапе – через телевизионные программы, новые видеохостинги, стриминговые сервисы, онлайн-кинотеатры и интернет-платформы.

При этом стоит отметить, что по-прежнему доля экранного контента, официально выходящего на экраны, меньше, чем то, что попадает к российскому зрителю через различные интернет-каналы и онлайн-кинотеатры. Подавляющее большинство – это ленты полнометражной анимации, а также авторские фильмы, показываемые на фестивалях. Так, в программе международного анимационного фестиваля «Большой фестиваль мультфильмов» (БФМ) на протяжении последних лет постоянно присутствуют китайские фильмы (в 2023 г. «Мастер Кид» режиссера Цяо Юй), а в 2022 и 2024 гг. фильмом-открытием стали ленты «Танец льва» китайского режиссера Сунь Хайпэн и «Шторм» Ян Чжигана, известного зрителям под псевдонимом Busifan.

Кроме того, в рамках фестиваля была представлена специальная программа, которая знакомила зрителей с режиссерами китайской автономной анимации, отражающей новые художественные стандарты независимой китайской анимации. В рамках международной программы открытого российского фестиваля анимационного кино «Суздальфест» в 2025 г. маэстро Чень Си представил российской аудитории программу новой независимой анимации Китая, куда вошли авторские фильмы как известных молодых режиссеров анимации, так независимых художников и студентов киношкол.

⁵ Китайская индустрия аниме стала популярным направлением для инвестиций// Синьхуа. 2023-11-12. URL: <https://russian.news.cn/20231112/a0ad02e64e7344cab5de48d385cc4f41/c.html> (Дата обращения 14.04. 2025).

В рамках фестиваля китайской телевизионной и кинематографической недели, проводимой в последние годы, российские зрители имели возможность знакомиться с китайскими телепередачами и кинопродуктами. Некоторые из них, такие как «Задача трех тел», «Рожденный летать», «Король неба», попадают на российские федеральные каналы. Китайские анимационные фильмы и сериалы в последние годы стали пользоваться все большим спросом у российского зрителя. В 2015 г. российские зрители увидели полнометражную ленту «Король обезьян», снятую по мотивам классического романа XVI века «Путешествие на Запад».



*Илл. 1. Кадр из м/ф «Король обезьян», Тянь Сяопэн,
2015 г.*

6

Этот фильм стал первым глобальным проектом китайской анимации. Он завоевал признание у зрителей не только в Китае, но и на международном рынке. Вслед за ним последовали проекты: «По ту сторону океана» (2016), «Да Ху Фа» (2017), «Эверест» (2019), «Легенда о Хэй» (2019), «Белая Змея» (2019).

⁶ Источник изображения: <https://ya.ru/video/preview/5730249487330220871> (Дата обращения 14.03.2025).



Илл. 2. Кадр из м/ф «Белая Змея», Амп Вон, Чжао

Цзи, 2019 г.

7

Одним из первых китайских хитов в российском прокате стала первая часть «Нэчжи», опередив голливудский блокбастер «Мстители: Финал». В 2025 г. китайский сериал «Хоккей вместе» («Ice Hockey Together») начал транслироваться на телеканале «Мультиландия».



Илл. 3. Кадр из м/ф «Хоккей вместе» (Ice Hockey Together), CCTV Animation Group Limited, 2022 г.

8

За последние годы интерес к китайским мультфильмам у российского зрителя только рос. Их успех объясняется несколькими факторами. Во-первых, современные китайские мультфильмы поражают высоким качеством технического исполнения, захватывающими фантазийными сюжетами, зрелищностью экранного образа, спецэффектами и необычностью материала. Во-вторых, в отличие от отечественной анимационной индустрии, китайские производители работают на разные возрастные

⁷ Скриншот автора. Источник изображения: <https://ya.ru/video/preview/12009980135763371488> (Дата обращения 14.03.2025).

⁸ Источник изображения: <https://jhj.cicaf.com/review2/3208> (Дата обращения 14.03.2025).

аудитории, поднимая в фильмах самые серьезные и актуальные темы, такие как экология, семейные ценности, поиски жизненного пути, проблемы самореализации. Это делает их особенно значимыми для юношеской аудитории. В-третьих, китайская анимация невероятно сильно связана с национальными культурными традициями, философией и мифологией. Это серьезно ее отличает от западной продукции. В своих работах аниматоры постоянно обращаются к древним легендам, мифам, преданиям, переносят их в современные реалии, затрагивают и проблемы сегодняшнего Китая («Школа искусств 94». «Быть героем», «Вишневый переулок № 7», «Дракон желаний», «Танец льва». Этот микс между традициями прошлого и их современным осмыслением, между экзотикой и новейшими технологиями привлекателен. Он обеспечивает высокие кассовые сборы как в национальном, так и международном прокате.



*Илл. 4. Кадр из м/ф «Танец льва», Сунь Хайпэн,
2021 г.*

9

Интерес представляют не только китайские полнометражные мультфильмы, но и сериальная продукция. Отечественные стриминговые платформы и интернет-СМИ предлагают зрителям сериальную продукцию китайских производителей. В 2021 г. в рамках проекта «Россия-Китай: главное» состоялась премьера китайского анимационного сериала «Путешествие на Запад». Сериал запущен медиакорпорацией Китая и был доступен на интернет-платформах, таких как ОТТн IPTV российского телеканала SPB TV, на канале RVISION YouTube¹⁰ и «China Zone-Русский» на YouTube, а также на официальном сайте канала CGTN на русском.

⁹ Источник изображения: <https://www.kinopoisk.ru/picture/3665274/> (Дата обращения 14.03.2025).

¹⁰ Отметим, что работа платформы YouTube на территории Российской Федерации замедляется, поскольку, по мнению РКН, иностранный владелец этого ресурса нарушает закон РФ.

С сериалами в жанре дунхуа знакомит российского зрителя отдельный интернет-портал «ДунхуаТВ». Дунхуа – это направление анимации, в котором гармонично соединяются китайская культура, история, мифология и современность. Многие произведения этого направления черпают вдохновение из классических китайских текстов, таких как «Путешествие на Запад», «Книга гор и морей», или древних даосских трактатов. Зародившись в Китае, это направление стало популярным у любителей анимации по всему миру, представляя новый взгляд на мир, наполненный философским переосмыслением, изящным исполнением и эмоциональной насыщенностью. Сериалы дунхуа являются своеобразной альтернативой японской анимации. Они представлены самыми разными жанрами, начиная с романтических историй, захватывающих триллеров, вдохновляющих драм и заканчивая веселыми комедиями, научной фантастикой, и даже фильмами в жанре хоррор.

У российской аудитории запрос есть не только на развлекательные мультфильмы, но и на образовательный анимационный контент. Таким оригинальным проектом являются сериалы, реализующие образовательную функцию. Например, помогающие освоению китайского языка, знакомству с китайской культурой и искусством, традициями и мифами. Для продвижения китайской продукции на российские каналы и платформы в 2022 г. был создан китайско-российский проект по обмену видеопродукцией, в том числе информационными материалами и документальными фильмами. Проект содействует показу китайских телевизионных, художественных, документальных и других передач российским зрителям. Они должны транслироваться на платформах ВГТРК, МИА «Россия сегодня», «Российской газеты», телеканалах «Большая Азия», «Красная линия», на сайте bigasia.ru и других ресурсах.

Анимационная продукция – это лишь один из сегментов, поставляемых на российский медиарынок. Важными мероприятиями, способствующими выработке стратегий продвижения китайского контента в Россию, являются «Китайско-российский медиафорум» и «Китайско-Российская Телевизионная Неделя», которая впервые была проведена в 2015 г. В рамках данных мероприятий проходят медиасаммиты руководителей СМИ России и Китая, круглые столы, показы. Кроме этого, оцениваются и награждаются лучшие телевизионные медиапроекты обеих стран, включая телепрограммы, документальные фильмы и анимацию. Такие события не только подчеркивают важность культурного обмена, но и способствуют созданию разнообразного контента для детской аудитории двух стран.

Планы сотрудничества в сфере медиа между Россией и Китаем, объявленные на межправительственной комиссии по гуманитарному сотрудничеству, также свидетельствуют о растущем интересе к китайскому контенту в России и о перспективах для дальнейшего развития культурного обмена в области детского контента. Для продвижения китайской экранной продукции на российские

телеканалы и площадки необходима их адаптация для отечественного рынка, учет российских требований, предъявляемых к детской аудиовизуальной продукции, понимание потребностей российской аудитории. Одной из ключевых проблем адаптации экранного контента является проблема перевода как названия, так и содержания. При переводе невольно возникают искажения, разночтения и неточности, которые могут стать причиной неудачного продвижения фильма, повлиять на его прокатную судьбу. Сегодня на отечественном медиарынке, особенно в неофициальной области просмотров, еще сохраняется большой процент лент с некачественным переводом. Вторым важным аспектом сложности продвижения китайского детского контента на российском рынке являются слабые рекламные кампании, хотя у китайской продукции, особенно анимации, есть постоянные зрители. Чаще всего это представители подростковой и юношеской аудитории, имеющие интерес к азиатской продукции в целом.

В России существует 22 детских канала, каждый из которых занимает свою информационную нишу и предлагает разнообразный контент для маленьких зрителей. Большинство из этих каналов распространяются через кабельные и спутниковые сети, и лишь некоторые из них, такие как «Карусель» являются общедоступными. Разнообразие выбора охватывает каналы для разных возрастных групп – от детей до подростков, а также каналы семейной направленности. Успешная адаптация детского контента для российской аудитории не только учитывает культурные и языковые особенности, но также обеспечивает его разнообразие, соответствуя потребностям и интересам детей разного возраста и разных социокультурных групп. Выбор методов адаптации китайского экранного контента на российском медиарынке является сложным и многогранным процессом, требующим внимательного изучения культурных, языковых и социальных особенностей нашей страны.

Для продвижения китайского контента используются различные стратегии, позволяющие проработать разные адаптационные аспекты. Среди них – использование PEST-анализа, который позволяет оценивать влияние политических, экономических, социальных и технологических факторов на идею, перспективность и обоснованность адаптации. Следующий важный аспект связан с необходимостью регулярного проведения исследований аудитории и рынка детской экранной продукции в России, включающих анализ предпочтений целевой аудитории, спроса и предложения на рынке, тенденций потребления, а также предпочтений родителей.

Проводимые разными группами независимые исследования, выявляют ряд моментов, характерных для российского рынка детской экранной продукции. Во-первых, у российской аудитории имеется высокий спрос на качественные образовательные программы для детей. Во-вторых, отмечается рост интереса к цифровым платформам и стриминговым сервисам. В-третьих, констатируется озабоченность

родителей безопасностью транслируемого контента, стремлением за счет телевизионных программ, фильмов, и передач дополнить образование детей, т. е. есть реальный запрос на качественный детский экранный контент, с учетом его образовательной составляющей, соответствующей требованиям современного образования. В-четвертых, среди основных проблем указывается ограниченный доступ к качественному образовательному контенту для детей из малообеспеченных семей и детей с особыми потребностями.

Заключение

По итогам проведенного исследования, можно констатировать увеличение доли представленности китайского контента для детей на российском медиарынке и имеющийся интерес к нему со стороны российской аудитории. Причем преимущественно это анимационный контент. Несмотря на это, было выявлено, что этот контент доступен в основном на онлайн-платформах. Они, благодаря закупке китайского контента, стараются разнообразить имеющиеся у них медиапродукты, предложить зрительской аудитории нечто новое, восполнить нехватку в отдельных сферах. Как было выявлено в ходе исследования, среди анимационных сериалов и фильмов, большой процент занимает китайский контент для детей образовательной направленности, повествующий о культуре, традициях, истории, языке и литературе.

Значительному увеличению доли китайского контента для детей в последние годы способствовал ряд факторов, в том числе межправительственные соглашения между Россией и Китаем, направленные на активизацию культурного обмена. В частности, в начале 2024 г. президент России В. В. Путин подписал распоряжение о проведении в 2024-2025 гг. перекрестных Годов культуры России – Китая в целях дальнейшего развития российско-китайских отношений и расширения двусторонних связей. Кроме того, санкционная политика в отношении России также оказала свое влияние, способствуя переориентации вектора на контент из дружественных стран, включая Китай. Значительный вклад в увеличение интереса к китайскому контенту для детей внесло и улучшение качества детской анимации, производимой в Китае за последние несколько лет. Данные о закупках детского китайского контента отечественными стриминговыми платформами также свидетельствуют о растущем интересе к этому направлению. Так, суточное потребление китайского анимационного контента российскими зрителями VK Видео, по данным аналитиков, за 2 последних года выросло в 13 раз¹¹. В апреле 2025 г. в рамках международного рынка телевизионного и цифрового контента World Content Market в Москве прошла конференция «Лучший контент из Китая», объединив крупнейших представителей китайской

¹¹ В VK Видео появится каталог китайского видеохостинга Bilibili // 21 марта 2025. Пресс-релизы. URL: <https://vk.com/ru/press/releases/11979/> (Дата обращения 04.04.2025).

телеиндустрии. Она подтвердила высокий интерес российского медиарынка к китайскому контенту и стала прочной платформой для укрепления сотрудничества. Это свидетельствует о значимости китайского контента для детей на современном российском медиарынке. Создание качественного детского контента другими странами способствует обогащению медиапространства и созданию условий для гармоничного развития детей в многообразном информационном мире.

Литература

1. Андреев И. А. Китайское кино: контуры «мягкой силы» // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура: научный и социокультурный журнал. М., 2019. Вып. №1 (72). С. 101–110.
2. Жчао Тяньтянь Распространение китайского кинематографа в России: статистические оценки и отклики зрителей // Культура и цивилизация. 2020. Том 10. № 3А. С. 272–279.
3. Кривуля Н. Г. Особенности сотрудничества российской анимационной индустрии с азиатскими партнерами // Вестник ВГИК. 2019. Т. 11. № 4 (42). С. 126–142.
4. Кривуля Н. Г. Проблемы и стратегии копродукции российских и западных анимационных компаний // Театр. Живопись. Кино. Музыка. 2019. № 3. С. 102–121.
5. Ливэй Чжан. Китайская кинематография в России в контексте «Одного пояса, одного пути» // Неофилология, 2019. Т. 5. № 17. С. 90–95.
6. Сальникова В. Е. Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры: автореферат дис. ... доктора культурологии: 24.00.01 / Сальникова Екатерина Викторовна; [Место защиты: Акад. переподгот. работников искусства, культуры и туризма]. Москва, 2012. 52 с.
7. Тун Ган. Цзун цзе цзинянь цзянь дин синьсинь чжаши туйцзинь сычоу чжилуиншицяо гунчэн [Обобщайте опыт, укрепляйте уверенность и неуклонно продвигайте проект «Шелковый путь кино и телевидения»] // Чжун го гуанбо дяньши сюэкань [Радио и телевидение Китая]. 2016. № 10. С. 9 – 11. (на кит. яз.)
8. Цао Юй Детское телевидение в Китае: особенности программирования и контент-стратегий в цифровую эпоху // Диссертация на соискания уч. Степени кандидата фил. наук. М. 2021. 232 с.

References

1. Andreev I.A. Kitajskoe kino: kontury «myagkoj sily» [Chinese Cinema: Contours of "Soft Power"] // POISK: Politika. Obshchestvovedenie. Iskusstvo. Sociologiya. Kul'tura: nauchnyj i sociokul'turnyj zhurnal. 2019. №1 (72). Pp. 101–110. (in Russian)

2. Zhchao Tyan'tyan' Rasprostranenie kitajskogo kinematografa v Rossii: statisticheskie ocenki i otkliki zritelej [The Spread of Chinese Cinema in Russia: Statistical Estimates and Audience Responses] // Kul'tura i civilizaciya. 2020.Vol. 10. № 3A. Pp. 272–279. (in Russian)
3. Krivulya N.G. Osobennosti sotrudnichestva rossijskoj animacionnoj industrii s aziatskimi partnerami [Features of Cooperation Between the Russian Animation Industry and Asian Partners] // Vestnik VGIK. 2019. Vol. 11. № 4 (42). Pp. 126-142 (in Russian)
4. Krivulya N.G. Problemy i strategii koprodukcii rossijskih i zapadnyh animacionnyh kompanij [Problems and Strategies of Co-production of Russian and Western Animation Companies] // Teatr. Zhivopis'. Kino. Muzyka. 2019. № 3. Pp. 102–121. (in Russian)
5. Livej Chzhan. Kitajskaya kinematografiya v Rossii v kontekste «Odnogo poyasa, odnogo puti» [Chinese Cinematography in Russia in the Context of "One Belt, One Road"] // Neofilologiya. 2019.Vol. 5. № 17. Pp. 90–95. (in Russian)
6. Sal'nikova V.E. Fenomen vizual'nosti i evolyuciya vizual'noj kul'tury [The Phenomenon of Visuality and the Evolution of Visual Culture]. Moscow. 2012. 52 p. (in Russian)
7. Tun Gang. Zong jie jinyan Jian ding xinxin zhashi tuijin sichou zhilingshiqiao gongcheng [Summarize Experience, Build Confidence and Steadily Promote the Silk Road of Cinema and Television Project] // Zhong guo guangbo dianshi xuecan. Radio and Television of China. 2016. No. 10. Pp. 9–11. (in Chinese)
8. Cao Yuj Detskoe televidenie v Kitae: osobennosti programmirovaniya i kontent-strategij v cifrovuyu epohu [Children's Television in China: Features of Programming and Content Strategies in the Digital Age]. M., 2021. 232 p. (in Russian)

Борисов Игорь Альбертович,

кандидат философских наук, доцент ВАК, доцент кафедры теории и истории культуры Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское ш., 32а, ORCID ID 0000-0002-7851-3813, РИНЦ SPIN: 8186-7133, mibia@yandex.ru

Иванов Роман Викторович,

Старший преподаватель кафедры режиссуры кино, телевидения и мультимедиа Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское ш., 32А, silverpost@icloud.com

УДК 7.01

Эйва из киновселенной «Аватар»: метафизика связи в антропологии будущего

Аннотация: предметом исследования статьи является образ Эйвы из фильмов «Аватар» как синтетический философский концепт, объединяющий юнгианскую психологию, русскую софиологию, антропологию размыкания С. Хоружего и современные экософские теории. Актуальность работы обусловлена необходимостью переосмысления связи индивидуального и общественного в перспективе антропологических трансформаций. Эйва видится как альтернатива технократическому постгуманизму в виде модели биодуховной синергичности. *Цель:* выявить потенциал Эйвы как метафизического ключа к новой антропологии. *Задачи:* 1) проанализировать ее как архетип Самости; 2) сопоставить с концепциями Софии и Мировой Души; 3) раскрыть связь с теориями постчеловечества; 4) оценить социальные импликации. *Методология* сочетает герменевтику кинообраза, архетипический подход Карла Густава Юнга, сравнительно-исторический подход в анализе философских традиций, от античной философии до русской религиозной и современной отечественной и междисциплинарный подход, включающий теории постчеловечества, экософию и др. *Результаты:* Эйва как символ Самости, Софии, Мировой Души воплощает живую метафизику недвойственной связи; ее бионейросеть – модель для пересмотра отношений технологии и сакрального, содержит эвристическую возможность неиерархической планетарности. *Вывод:* Эйва становится культурным символом трансформации антропологической парадигмы – от антропоцентризма к симфонии синергичных связей.

Ключевые слова: человечность, синергия, размыкание, экософия, постгуманизм, архетип, мировая душа, квантовая биология, неиерархичность, бионейросеть

Igor A. Borisov,

PhD in Philosophy, Associate Professor (VAK), Associate Professor of the Department of Theory and History of Culture, GITR Film and Television School, 32a Khoroshevskoe Shosse, Moscow, 125284, Russia, ORCID ID 0000-0002-7851-3813, RSCI SPIN: 8186-7133, mibia@yandex.ru

Roman V. Ivanov,

Senior Lecturer at the Department of Film, Television and Multimedia Directing, GITR Film and Television School, 32A Khoroshevskoe Shosse, Moscow, 125284, Russia, silverpost@icloud.com

UDC 7.01

Ava from the Avatar Movie Universe:

The Metaphysics of Communication in the Anthropology of the Future

Abstract. *The subject of the study* is the image of Ava from «Avatar» films as a synthetic philosophical concept that combines Jungian psychology, Russian sophiology, S. Khoruzhego's anthropology of disconnection and modern ecosophical theories. *The relevance of the paper* lies in need of rethinking the relationship between the individual and the social in the perspective of anthropological transformations. Eywa is seen as an alternative to technocratic posthumanism in the form of a model of biospiritual synergy. The main point is to identify the potential of Eywa as a metaphysical key to a new anthropology. *Objectives of the research are:* 1) to analyze it as an archetype of the Self; 2) to compare it with the concepts of Sophia and the World Soul; 3) to reveal the connection with theories of posthumanity; 4) to evaluate the social implication. *The methodology* combines hermeneutics of the film image, archetypal approach of Carl Gustav Jung, comparative-historical approach in analyzing philosophical traditions, from ancient philosophy to Russian religious and modern Russian, and interdisciplinary approach including theories of posthumanity, ecosophy, and others. *Results:* Ava as a symbol of Self, Sophia, World Soul embodies the living metaphysics of non-double connection; her bio-neural network is a model for reconsidering the relationship between technology and the sacred, and contains the heuristic possibility of non-hierarchical planetaryity. *Conclusion:* Ava becomes a cultural symbol of the

transformation of anthropological paradigm – from anthropocentrism to the symphony of synergistic connections.

Keywords: humanity, synergy, disconnection, ecosophy, posthumanism, archetype, world soul, quantum biology, non-hierarchy, bioneural network

Введение

Проблема исследования заключается в противоречии между доминирующей антропоцентрической парадигмой, рассматривающей человека как обособленного субъекта, и нарастающей необходимостью осмысления его как элемента сложной экосистемы. Современный экологический кризис, технологические вызовы и кризис идентичности требуют новых метафизических моделей, способных интегрировать научное, философское и мифопоэтическое знание. В этом контексте образ Эйвы из киновселенной «Аватара» Джеймса Кэмерона представляет собой уникальный культурный феномен, синтезирующий архетипические, софийные и постгуманистические концепции. **Актуальность** работы определяется несколькими факторами: экологический поворот, ставящий под вопрос традиционные антропоцентрические установки; рост интереса к альтернативным онтологиям, включающим постнеклассические формы рациональности; популярность фильмов «Аватар» и «Аватар: Путь воды» как глобального медиафеномена, влияющего на коллективное воображение и дискуссии о будущем человечества; необходимость включиться в диалог интерпретаций этого глобального медиафеномена, опираясь на богатство отечественных философских традиций.

Новизна исследования заключается: 1. В первом комплексном анализе Эйвы как философского концепта, объединяющего юнгианство, русскую софиологию и современную антропологию. 2. В разработке понятий биодуховность и бионейросеть как альтернативы трансгуманизму. Цель статьи – раскрыть эпистемологический и антропологический потенциал образа Эйвы для формирования новой концепции связи человека, природы и технологии. Авторы ставят следующие **задачи:** проанализировать Эйву как архетип Самости в юнгианской традиции; сопоставить ее с концепциями Софии (В. Соловьев, В. Иванов) и Мировой души из античной философии; исследовать связь с антропологией размыкания С. Хоружего; оценить социально-политические импликации модели общества «нави»; экстраполировать выводы на современные дискуссии о постчеловечестве.

Методы исследования: герменевтический анализ кинотекстов и их визуальной семиотики; сравнительно-исторический метод для выявления параллелей в философских традициях; междисциплинарный синтез (культурология, экософия, квантовая биология, научные и технологические

исследования); критическая дискурс-анализ современных сциентистских и гуманитарных обсуждений антропоцена и его перспектив.

Степень разработанности проблемы: об «Аватаре» существует только несколько гуманитарных статей на русском языке, собственно, об Эйве практически нет работ. Вместе с тем, киновселенная «Аватаров» – феномен глобальной медиакультуры и зарубежных исследований достаточно много. Например, Аватару посвящена целая глава в большом исследовании на английском языке Стефана Руста, Сальмы Монани и Шона Кубитта «Теория и практика экокано» (Ecosinema Theory and Practice). Исследователь Додс К. исследует политические аллюзии фильма, Натан Экстренд исследует нави как аллгорию угнетенных народов в работе «Аватар и колониализм» и многие другие исследуют колониальный аспект фильма. А вот юнгианскому анализу фильма «Аватар» уделено не так много внимания со стороны исследователей. Зато понятие Самость является довольно популярным предметом исследований в русскоязычных гуманитарных исследованиях, в научной электронной библиотеке elibrary.ru слово Самость встречается в названиях более 300 публикаций. Поэтому особенно интересно восполнить данный пробел и проанализировать образ Эйвы, как визуальную медиаконцепцию Самости. При этом сделать это в опоре на отечественную философскую традицию, исследовать перспективы антропологических трансформаций будущего.

Эйва как архетип Самости

В психоанализе Карла Густава Юнга понятие Самость представляет собой центральный архетип, объединяющий сознательное и бессознательное в процессе индивидуации – становления целостной личности. Это не просто Я, а глубинный образ гармоничного единства всех аспектов психики, включая Тень, Аниму, Анимус и другие архетипы [8]. Эйва в киновселенной «Аватара» функционально соответствует этой концепции: она не просто божество, а метафизический принцип связности, обеспечивающий баланс между разумом народа нави, их подсознательными инстинктами – например, связь с животными через «цахейлу» и коллективным опытом, накопленным в нейросети Пандоры. Как и юнгианская Самость, Эйва не персонализирована до конца – она одновременно и субъект, и особое пространство, в котором разворачиваются события.

Биологическая нейросеть Пандоры, объединяющая флору, фауну и нави через щупальцевидные соединения – цахейлу – это буквальная метафора юнгианской психоидной реальности, где материя и психика неразделимы. Эйва выступает как своеобразный сервер этой сети, обеспечивая: а) коммуникацию – например, передачу воспоминаний предков через Древо Душ; б) координацию – коллективная охрана, реакция экосистемы на угрозу; коллективное исцеление - восстановление баланса после травм [11].

Это отражает юнгианский тезис о том, что Самость проявляется через синхроничность – значимые совпадения, указывающие на скрытый порядок. Если Эйва – это Самость, то Древо Душ становится ее мандалой: структурированным образом коллективного бессознательного, где хранятся «архетипические паттерны» нави.



Илл. 1. Кадр из х/ф «Аватар» реж. Дж. Кэмерон, 2009 г.

12

В отличие от абстрактных юнгианских архетипов Древо материализует их: а) корни – связь с предками, аналог первобытного бессознательного; б) светящиеся ветви – активные психические процессы; в) загрузку сознания (как у Джейка Салли) – интеграцию личности в большее целое. Интересно, что Древо не всеильно: его уничтожение в первом фильме вызывает хаос, что соответствует юнгианской идее травмы при разрушении символов Самости.

Символы Самости – это символы Бога. Приведем пример из отечественной истории. В ней такими символами Бога были, в том числе, цари и храмы. Наступает момент, когда в 1881 году царь Александр II погибает от руки террористов. Цари и раньше умирали не своей смертью, но впервые убийство царя как разрушение символа Самости происходит от лица народа. Также как от лица народа в 1918 году царь Николай II и вся его семья расстреливается, а потом целенаправленно разрушается огромное количество храмов. Эта травма крушения символов Самости не где-то в прошлом, в пространстве архетипов она синхронична и вечно актуальна. Требуется какая-то особая социальная терапия, чтобы преодолеть эту травму в нашем многонациональном народе. Но вернемся к «Аватару».

¹² Скриншот автора. Источник изображения: <https://ya.ru/video/preview/10549230464599174268> (Дата обращения 15.02.2025).

Церемонии нави – от инициации воина до брачных обрядов – повторяют этапы индивидуации по Юнгу: а) отделение от материнского начала (разрыв с племенем для испытаний); б) встреча с Тенью (бой с Торуком как конфронтация со страхом); в) интеграция – возвращение в общину с новым статусом. Ключевой момент заключается в том, что герои обретают силу не через подчинение Эйве, а через диалог с ней – как человек на пути индивидуации взаимодействует с Самостью, а не поклоняется ей. Юнгианский архетип «Великой Матери» – покровительницы плодородия, но и поглощающей тьмы – лишь частично применим к Эйве. Важные различия: во-первых, Эйва не персональна, не антропоморфна, в отличие от богинь-матерей; во-вторых, четкий акцент на балансе и его поддержании, а не создании и разрушении, по сравнению, например, с богиней Кали в индуизме; в-третьих, здесь наблюдается отсутствие иерархии – Эйва не «над» нави, а «между» ними.

Это позволяет трактовать ее как трансцендентную Самость, выходящую за рамки гендерных архетипов. Таким образом, Эйва воплощает юнгианскую Самость как динамический принцип единства, где индивидуальное и коллективное взаимопроникают. Ее сила – не в контроле, а в обеспечении связности, что критически важно для понимания последующих философских и культурологических интерпретаций.

Софийные и пантеистические интерпретации Эйвы

В философии Владимира Соловьева София (Премудрость Божия) выступает посредницей между Абсолютом и тварным миром, воплощая идеал всеединства [4, с. 154]. Это не просто абстрактная мудрость, а живая, одушевленная сущность, пронизывающая космос и примиряющая дух с материей.

Эйва выполняет схожие функции на Пандоре:

1. Она опосредует связь между нави и планетой, подобно тому, как София у Соловьева соединяет Бога и творение;
2. Ее сущность – гармония, а не власть (вспомним соловьевскую критику отвлеченных начал);
3. Как и София, Эйва не творит мир, но организует его, выступая душой экосистемы.

При этом в отличие от христианской Софии, Эйва лишена эсхатологического измерения – она не ведет мир к преображению, а поддерживает его равновесие. Если Соловьев видел в Софии тело Божие, то Эйва – это плоть Пандоры: ее нейросеть буквально сплетает материальное (биологические связи) и духовное (коллективное сознание). Показательно, что технология нави – биоинтерфейсы – не противопоставлена природе – в отличие от земного технократизма; красота Пандоры – светящиеся растения, ритуалы – не декоративна, а софийна, ибо раскрывает единство формы и смысла; смерть и

жизнь циклически связаны через Эйву (передача энергии, реинкарнация), что напоминает соловьевскую идею положительного всеединства. Это позволяет говорить об Эйве как о пантеистической Софии, где сакральное имманентно миру, но не сводится к нему. Русский философ Вячеслав Иванов развивал идею симфонической личности – коллективного субъекта, где индивидуальное не растворяется, но усиливается через единство с другими [3, с. 241].

Эйва реализует эту модель:

1. Нави сохраняют личную волю, но обретают силу через цахейлу – физическую и ментальную связь;
2. Решения принимаются соборно (совет кланов, голос Древа), но без подавления инаковости;
3. Искусство нави (пение, танцы) – всегда диалог с Эйвой, аналог ивановского «хорового начала».

Критически важно то, что Эйва не упраздняет Я, а расширяет его – как у Иванова личность «размыкается» в соборность.



Илл. 2. Кадр из х/ф «Аватар: Путь воды» реж. Дж. Кэмерон, 2022 г. ¹³

Для Павла Флоренского икона была не просто изображением, а «окном в иную реальность» [6]. Древо Душ функционирует аналогично: его биолюминесценция – знак присутствия трансцендентного (сравним это с пониманием Флоренским света в иконописи); структура корней повторяет фрактальные паттерны, что отсылает к идее Павла Флоренского об «обратной перспективе» (мир как символ вечности); ритуалы у Древа – не магия, а литургия, где само пространство становится сакральным. При этом Эйва – не икона в христианском смысле, ибо она только внутри мира, а не, в том числе, за его

¹³ Скриншот автора. Источник изображения: <https://ya.ru/video/preview/4203280629917794134> (Дата обращения 15.02.2025).

пределами. Перед нами не возвращение к мифологическому синкретизму [5, с. 25], а что-то большее, скорее как особый синтез сверхъестественного и естественного. Хотя Эйва напоминает пантеистическое божество (Бог = природа), ее сущность сложнее. Эйва уязвима, она не всемогуща, она нуждается в защите со стороны народа нави; она не вездесуща, а ограничена планетой Пандорой; и нигде нет указаний на то, что Эйва создала этот мир, космогония Пандоры – это загадка для зрителя, но что совершенно точно, так это то, что Эйва хранит законы этого мира. Это сближает ее с панентеизмом Карла Краузе (мир в Боге, но Бог не сводится к миру) – позицией, близкой Владимиру Соловьеву. Эйва – не Творец, но проводник Божественного, что коррелирует с софиологией – Премудрость не есть Бог, но Его явленность.

Таким образом, русская софийная традиция помогает нам раскрыть образ Эйвы как принцип живого всеединства, где материя и дух, индивидуальное и коллективное взаимопроникают. Однако ее «пантеистические» черты требуют осторожности в трактовках – она скорее метафизический медиум, чем абсолют.

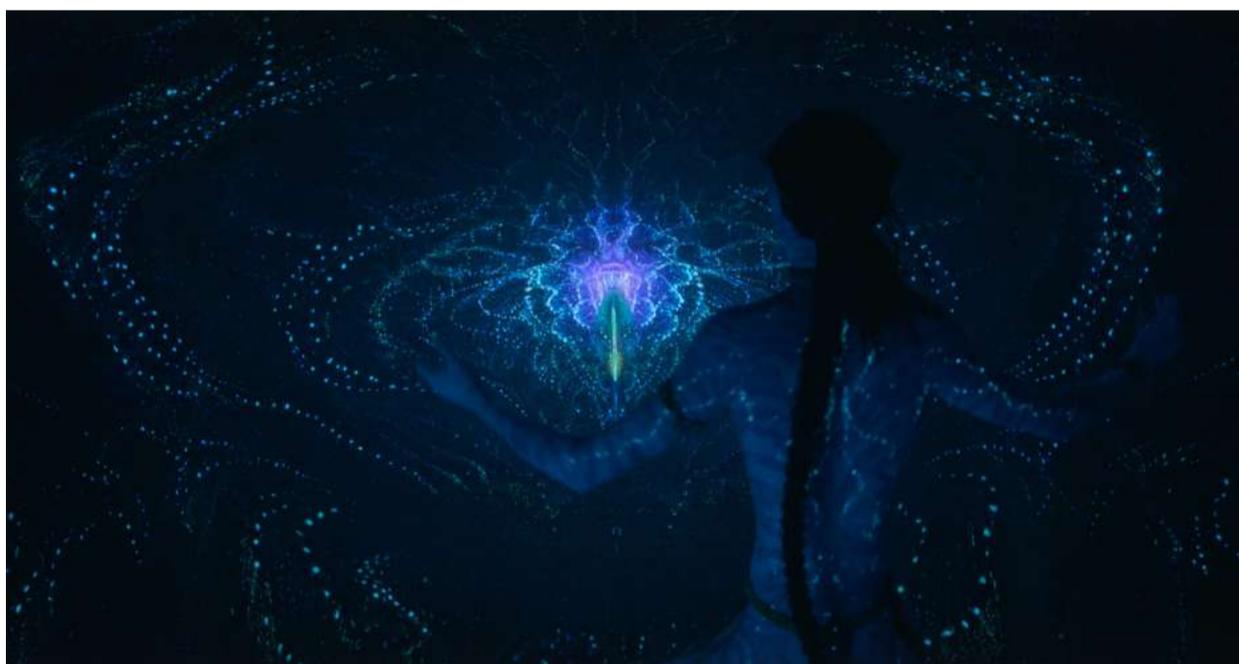
Душа Мира (Anima Mundi) и экологический поворот

Концепция Души Мира восходит, конечно, к античной философии, где мир понимался как единый одушевленный организм. У Платона в «Тимее» Душа Мира – это божественный принцип, связующий космос в гармоничное целое, жизненная сила, которая пронизывает и оживляет весь мир. Стоики видели в ней Логос, пронизывающий и управляющий материей. Эйва воплощает эти идеи на Пандоре: она оживляет планету, подобно тому, как платоновская Душа «вдыхает порядок» в хаос; ее нейросеть – аналог стоического пневматического напряжения, обеспечивающего единство частей; этика нави – «все связи важны» – повторяет стоический идеал жизни «в согласии с природой» [2]. Однако, в отличие от античного пантеизма, Эйва не абстрактна – ее «тело» материально, это Древо Душ, нейронные связи, что делает ее ближе к современным экофилософским моделям.

Джеймс Лавлок в своей гипотезе Геи постулирует, что Земля функционирует как саморегулирующаяся система, где биота и окружающая среда взаимодействует для поддержания жизни. Эйва – это Гея Пандоры, но с ключевым отличием. У Лавлока Гея бессознательна, ее механизмы обратной связи чисто биохимические. Эйва же обладает интенциональностью – она откликается на действия народа нави (например, помогая в битве). Если Гея – метафора, то Эйва для нави – сакральная реальность. И тогда, конечно, мы приходим рано или поздно к вопросу: может ли разум быть свойством не отдельного организма, а всей экосистемы? Цивилизация людей в «Аватаре» построена на эксплуатации природы, добыче анобтаниума, на дуализме субъекта и объекта, где Пандора понимается как планета ресурсов, на инструментальном разуме, для которого технологии есть средство контроля. Эйва предлагает

альтернативу: взаимность (дары, а не изъятие), холизм (человек – это часть общей сети, а не ее господин), сакральность материи (технологии вписаны в природу). Этот конфликт отражает реальные дебаты между антропоцентризмом и биоцентризмом.

В качестве примера таких дебатов приведем следующий факт: один из авторов настоящей статьи проводил как-то среди студентов медицинского вуза социологическое исследование доминирующих типов мировоззрения. В рабочей гипотезе антропоцентризм должен был стать, безусловно, доминирующей установкой. Но результаты выявили, что природоцентризм (аналог космоцентризма) отстал от антропоцентризма ненамного. А в одной академической группе «природоцентризм» вообще одержал победу, на что одна из студенток стала укорять своих одноклассников: «Как же так, ребята? Мы же медицинский вуз! Мы же про лечение человека!» Выскажем осторожное предположение, что ребята из этой студенческой группы, если они проявят соответствующую мировоззренческую последовательность, выберут своей специализацией физиотерапию. Но вернемся к Эйве.



Илл 3. Кадр из х/ф «Аватар: Путь воды» реж. Дж. Кэмерон, 2022 г. ¹⁴

Принципы экофилософии Арне Несса [10] почти дословно воспроизводятся в мире народа нави. Это и биосферное равенство, или ценность всех видов. Это и самореализация через экологическое Я, т. е. расширение идентичности до планетарного масштаба. Это и критика потребительства, принцип достаточности вместо роста. Но для Несса в этом нет мистицизма, тогда как для нави Эйва – не метафора, а факт. Современные теории постчеловечества – например, Донны Харауэй, Розы Брайдотти – предлагают преодолеть антропоцентризм через кибернетические расширения (аватары, ИИ), сетевую коллективность. У нави в «Аватаре» мы видим биодуховную

¹⁴ Скриншот автора. Источник изображения: <https://ya.ru/video/preview/4203280629917794134> (Дата обращения 15.02.2025).

коллективность, где технологии не искусственные, а выращенные – бионейросеть как аналог интернета, связь с другими не виртуальна, а экзистенциальна через цахейлу, постчеловеческое не отрицает жизнь, а только углубляет ее. Таким образом, Эйва актуализирует древнюю идею Анимы Мунди, но в контексте экологического кризиса. Она предлагает модель разума, преодолевающую разрыв между человеком и природой – без отказа от сакрального.

Взгляд на Эйву через антропологию размыкания (С. Хоружий)

Сергей Хоружий вводит концепцию размыкания как преодоление замкнутости человеческой субъективности через деконструкцию автономного Я – переход к открытой, связанной с Другим идентичности, через практики трансформации (аскеза, молитвы, искусство) как способы выхода за собственные пределы [7, с. 54]. Эйва – это киновизуализация модели такого размыкания: нави не мыслят себя отдельно от экосистемы – их Я изначально включены в сеть Эйвы; инициация воина – связь с икраном (летающее существо) – буквальное перерождение через соединение с иным организмом; смерть – не трагедия, а переход в коллективную память Древа. Это радикально отличается от западного индивидуализма, где границы Я охраняются как священные.

У С. Хоружего синергийный организм – это тело, преобразованное аскезой в инструмент связи с Божественным. Тело нави имеет косичку, которая не просто орган, а канал размыкания: через него осуществляется Цахейлу – физиологически воплощенная связь. Нави идут на добровольное самоограничение – они отказываются от гипертрофии личного – у них нет частной собственности, статус определяется вкладом в общину. Боль тоже выступает инициацией – ранение в битве не травма, а знак включенности в общее дело. Но если христианская аскеза требует усилий, то связь с Эйвой для нави естественна. Это скорее природная аскеза. Картезианский раскол «мыслю-существую» отрицается всей антропологией Пандоры. Сознание нави распределено – их «Я» существует лишь в связях с людьми, животными, Древом. Бионейросеть Эйвы – материальная основа духовного. Корни Древа – нейроны, но они же хранилище памяти. Нет противопоставления природы и технологии: биоинтерфейсы (например, связь с икранами, или горными банши) столь же природны, как дыхание.

Это ближе к спинозизму или буддийскому подходу, чем к западному дуализму. Исихазм, православная практика умной молитвы, предполагает глубинное внимание – созерцание «света Фаворского», молчание как путь к единению с Богом, преображение плоти. Цахейлу странным образом повторяет логику исихазма в интерпретации С. Хоружим: она включает ритуальную тишину перед соединением, светящиеся нити – визуализацию энергетических связей, расширенное восприятие (обмен воспоминаниями, эмоциями) как аналог мистического опыта. Но если исихаст стремится к трансцендентному, то нави к имманентной гармонии.

Современные трансгуманисты мечтают о кибернетических улучшениях тела, загрузке сознания в машину, бессмертия через технологии. Эйва предлагает путь биодуховности: улучшение через симбиоз, а не импланты, бессмертие как память экосистемы, а не цифровой backup, технологии как продолжение жизни, а не ее отрицание. И это не возврат к примитивизму, обратим особое внимание на это – а революция *within nature*, «в природе», – пересборка человека изнутри природного порядка. Таким образом, антропология Эйвы удивительным образом перекликается с проектом «разомкнутого человека» С. Хоружего. При этом, если в первом фильме «Аватар» был акцент на радостном включении человека в Эйву, то во втором фильме «Аватар: Путь воды» возникает момент опасности такого подключения, по сравнению, например, с опасностью прелести в исихазме. И в этой перекличке вызов, на наш взгляд, как трансгуманизму, так и традиционному гуманизму.

Социальные и политические импликации

Социальная структура нави бросает вызов традиционным представлениям о власти. Это консенсус вместо принуждения: важные решения принимаются через обсуждение в кругу кланов, где голос каждого услышан. Это ротационное лидерство: вожди и церемониальные лидеры получают авторитет через заслуги, а не наследование. Эйва выступает как высший арбитр, а не правитель: ее голос интерпретируется, а не слепо исполняется. Это напоминает современные эксперименты с прямой демократией и горизонтальными структурами, но с важным отличием – нейробиологическая связь между участниками делает возможным подлинный эмпатический консенсус. Экономика нави воплощает принципы, описанные Марселем Моссом в книге «Дар». Цикличность обмена – охота сопровождается ритуалами благодарности животному. Запрет на накопление – излишки передаются общине. Сакральность ресурсов – анобтаниум – кровь Эйвы, а не товар.

Контраст с корпорацией землян поразителен. Для людей Пандора – склад, а во втором фильме «Аватар: Путь воды» потенциальная планета для переселения землян с истощенной и испорченной людьми Земли. Для нави планета Пандора – сеть взаимных обязательств. Это очевидная критика капиталистического товарного фетишизма. В обществе нави наблюдается: гибкость гендерных ролей – женщины-воительницы (Нейтири) и мужчины-целители; сакральная андрогинность – Эйва не имеет четкого гендера, ее образ сочетает женские (порождение жизни) и мужские (защита) аспекты; ритуальное равенство – обряды инициации одинаково значимы для всех. Это контрастирует с патриархальными земными структурами, предлагая модель биоэгалитарного общества. Черты общества нави встречаются в реальных культурах в нашем земном мире. Например, ирокезская конфедерация с ее матрилинейностью и консенсусным управлением. Или взять полинезийскую экономику дара. Или амазонские племена, чья эконософия определяет их социальные практики. Однако масштабируемость

такой модели нави под вопросом. Требуется ли она малой численности группы? Обязательна ли биологическая нейросвязь? Как сохраняется и воспроизводится единство мифологического сознания?

Социальная модель нави привлекательна, но у нее есть свои потенциальные проблемы, которые стоит отметить. Например, групповая идентичность, по всей вероятности, не дает шанса никакому инакомыслию. Потому что ни в первом, ни во втором случае диссидентов среди нави не наблюдалось. У нави полное отсутствие приватности и тотальная прозрачность. Это относится как к дому среди деревьев в первом фильме, так и к морскому дому во втором фильме «Аватар: Путь воды». Ну и главная уязвимость такой системы – уничтожение Деревьев Душ вызывает коллапс. И тогда какой должен быть оптимальный баланс между связностью и свободой [1, с. 33]? Так, социальная модель нави предлагает альтернативу современным структурам власти и экономики, но ее реализация на минуточку требует пересмотра самих основ человеческой природы. Это не просто возврат к прошлому, а посткапиталистическая перспектива, сочетающая древнюю мудрость и биотехнологический потенциал.



Илл. 4. Кадр из х/ф «Аватар» реж. Дж. Кэмерон, 2009 г.

15

Эйва и будущее антропологии: новые горизонты человеческого

Современные философы постгуманизма предлагают переосмыслить антропоцентризм через концепцию планетарного субъекта [9]. Эйва воплощает этот принцип. В киновселенной Пандоры царит наиндивидуальная идентичность: сознание нави существует в континууме «Я-мы-планета». На Пандоре явная пост-антропоцентристская этика: ценность измеряется не рациональностью, а

¹⁵ Скриншот автора. Источник изображения: <https://yandex.ru/video/preview/10549230464599174268> (Дата обращения 12.04.2025)

способностью к связи, размыканием, взять то же самое глубинное общение с фауной. Сама Эйва есть не что иное как биосферный интеллект, как следующая эволюционная ступень.

Нейросеть Пандоры предлагает революционную модель «биодуховных технологий». Если традиционные технологии основаны на отчуждении от природы и на линейном прогрессе, то органические технологии Эйвы выращиваются как симбионты, углубляют и развивают связи и основаны на циклическом развитии. Компания Cortical Labs выпустила в марте 2025 года биокомпьютер CL1, который объединяет клетки человеческого мозга и кремниевое оборудование. А такая технология как Neuralink компании Илона Маска уже позволяет вживлять в голову чипы, и в мире на момент написания этой статьи есть уже три человека, который нейроинтерфейс «мозг-компьютер» испытывают на себе. В 2025 году планируется вживить чипы 25 людям. Мы видим, как бионейросеть делает первые шаги, и телепатическая связь станет вполне реальной, без мистики и сакрального измерения. Либо потребует как раз свою новую мистику и свое сакральное измерение, которое мы исследуем на примере Эйвы – кинообраза, обладающего мощнейшей эвристической ценностью.

Интересно также обратить внимание на три принципа экософии нави:

1. Принцип благодарности: каждое взятое должно быть уравновешено даром.
2. Принцип прозрачности: последствия действий видны сразу через реакцию Эйвы.
3. Принцип сотворчества: человек не хозяин, но садовник экосистемы.

Можно сказать, что уже существующая теория и практика регенеративного земледелия уже является существующим реальным аналогом философии нави. И в целом, можно сказать, что современная наука, в некоторых не бесспорных точках своего развития, сближается с мифопоэтическим мышлением киновселенной Аватаров. Например, британский ученый Филип Гофф защищает позицию панпсихизма, согласно которой сознание является фундаментальным свойством всей материи. Возникает и оформляется такое направление, как квантовая биология, на русском языке вышла книга Джим Аль-Халили и Джонджо Макфаддена «Жизнь на грани», в соответствии с этим направлением человек, как и любое живое существо, понимается как квантовая машина, а жизнь – то, что скользит в узком проливе между квантовым и видимым мирами. Безусловно, гипотезы биосферного и ноосферного разума Константина Циолковского и Владимира Вернадского, в частности, их интенцию понимать разумную жизнь интегративно, в рамках одной системы. С развитием ИИ у данных идей возникают интересные эффекты.

Обобщая, мы приходим к тому, чтобы понять Эйву как философский концепт, который преодолевает дуализмы природы и культуры, материи и духа, индивидуального и коллективного. Данный концепт

предлагает практическую метафизику: сакральное больше не трансцендентно, а имманентно, ритуал предстает в виде экологической практики, а смерть – трансформацией энергии. И вот здесь существенный вопрос: как через эти интересные вещи сделать главное – повысить ценность человеческой жизни? Таким образом, в эпоху экологического кризиса Эйва становится не просто киноперсонажем, а метафорой недостающего звена – того, что может содействовать соединению научного рационализма, духовных традиций и экологической этики в новую парадигму планетарного существования. Данный концепт открывает дорогу для междисциплинарных исследований – от нейрофизиологии коллективного сознания до эко-теологии. Возможно, именно такие синтетические образы помогут нам переосмыслить место человека и систему устойчивости человечности в бурной современной эпохе.

Заключение

Проведенное исследование позволило раскрыть образ Эйвы из киновселенной «Аватаров» как философско-культурный концепт, обладающий значительным эвристическим потенциалом для исследований. Сквозь призму междисциплинарного анализа удалось продемонстрировать, что этот концепт выходит далеко за рамки кинофантастики, предлагая альтернативные модели осмысления ключевых проблем современной антропологической перспективы. Концепт Эйвы позволил сопоставить архетип Самости и русскую софиологию, антропологию С. Хоружего и поиски нового синтеза индивидуального и коллективного в контексте новейших бионейротехнологий.

Исследование подводит к осознанию того факта, что комплексный кризис, охвативший современное человечество, в своей антропологической сущности – кризис обособленной индивидуальности, парциального человеческого Я. И данный кризис может быть преодолен на путях воспроизводства некоторых испытанных и созидания новых путей человека к индивидуации, к Самости как синтезу сознательного и бессознательного. Авторы надеются, что настоящее исследование как творческий реактор содержит идеи для такого воспроизводства и созидания. Перспективы дальнейших исследований разнообразны, они могут быть связаны с изучением феномена медиарелигий – квазирелигиозных систем, которые создаются в современном кинематографе. Они могут быть связаны с изучением медиафеноменов экологической направленности, с разработкой прикладных моделей на основе принципов эйвианской этики взаимности и др. В заключение подчеркнем, что Эйва как философско-культурный концепт предлагает позитивную программу переосмысления места человека в мире через призму метафизики связи. Этот концепт, рожденный на стыке современного киноискусства, древних традиций, научной мысли и бионейротехнологий, может стать важным концептуальным ресурсом для формирования новой антропологии, адекватной вызовам XXI века.

Литература

1. Борисов И. А. Социально-философский обзор психологических теорий личности // *Философия здоровья*. Иркутск, 2017. С. 25–36.
2. Борисов И. А. Формирование хроносферного компонента в структуре личности. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук. ИГУ. Иркутск, 2001.
3. Иванов Вяч. И. *Собрание сочинений в 4 т. Т. 1: Кризис индивидуализма*. Брюссель, 1971. 456 с.
4. Соловьев В. С. *Чтения о Богочеловечестве*. СПб.: Наука, 1994. 384 с.
5. Строева О. В. Герменевтика неомифологического образа «Медузы с головой Персея» // *Наука телевидения*. 2023. 19 (4). С. 13–59.
6. Флоренский П. А. *Столп и утверждение Истины*. М.: Правда, 1990. 490 с.
7. Хоружий С. С. *Опыты из русской духовной традиции*. М.: ИФ РАН, 2005. 448 с.
8. Юнг. К. Г. *Архетип и символ*. М.: Ренессанс, 1991. 320 с.
9. Braidotti R. *Posthuman Knowledge*. Cambridge, 2019. 208 p.
10. Naess A. *Ecology of Wisdom*. Berkeley. 2016. 320 p.
11. Rust S., Monani S., Cubitt S. *Ecocinema Theory and Practice*. Routledge, 2013. 344 p.

References

1. Borisov I. A. Social`no-filosofskij obzor psixologicheskix teorij lichnosti [A Socio-philosophical Review of Psychological Theories of Personality] // *Filosofiya zdorov`ya*. Irkutsk, 2017. Pp. 25–36.
2. Borisov I. A. Formirovanie xronosfernogo komponenta v strukture lichnosti [Formation of the Chronospheric Component in the Personality Structure]. Irkutsk: IGU., 2001.
3. Ivanov Vyach. I. *Sobr. soch. v 4 t.* [Collected Works in 4 v.] // T.1: *Krizis individualizma*. Bryussel`, 1971. 456 p.
4. Solov`ev V. S. *Chteniya o Bogochelovechestve* [Readings on God-Manhood]. SPb.: Nauka, 1994. 384 p.
5. Stroeve O. V. *Germenevtika neomifologicheskogo obraza “Meduzy` s golovoj Perseya”* [Hermeneutics of the Neo-mythological Image of “Medusa with the Head of Perseus”] // *Nauka televideniya*. 2023. 19 (4). Pp. 13-59.
6. Florenskij P. A. *Stolp i utverzhdenie Istiny* [The Pillar and Affirmation of Truth]. M.: Pravda, 1990. 490 p.
7. Xoruzhij S. S. *Opy`ty` iz russkoj duxovnoj tradicii* [Experiments from the Russian Spiritual Tradition]. M.: IF RAN, 2005. 448 p.
8. Yung. K. G. *Arxetip i simvol* [Archetype and Symbol]. M.: Renessans, 1991. 320 p.
9. Braidotti R. *Posthuman Knowledge*. Cambridge, 2019. 208 p.
10. Naess A. *Ecology of Wisdom*. Berkeley. 2016. 320 p.
11. Rust S., Monani S., Cubitt S. *Ecocinema Theory and Practice*. Routledge, 2013. 344 p.

Строева Олеся Витальевна,

доктор культурологии, кандидат философских наук, доцент ВАК, проректор по научной работе, профессор и заведующая кафедрой теории и истории культуры Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское ш., 32А, ORCID ID 0000-0002-8554-8053, ResearcherID: ABI-7254-2020, РИНЦ SPIN: 8154-1276, olessia_75@mail.ru

Трапезникова Александрина Владимировна,

доцент, заместитель декана кафедры мастерства художника мультимедиа Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское ш., 32А, РИНЦ SPIN: 5757-6157, alextrapeznikova@gmail.com

Поморин Иван Алексеевич,

доцент кафедры кинотелеоператорского мастерства Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское ш., 32А, AuthorID: 986436, pomorini@gmail.com

УДК 791.43

Тенденции гиперреализма в современной кинопродукции

Аннотация: *Актуальность данного исследования связана с усилением тенденций гиперреалистичности в современном кинематографе и медиапродукции. Стремительное развитие компьютерных технологий, появление искусственного интеллекта и нейросетей позволяет сегодня вывести реалистичность кинообразов на новый уровень, что приучает зрителя к новой цифровой эстетике, основанной на постмимесисе. Целью исследования является анализ влияния видеотехнологий на восприятие кинореальности современным зрителем в контексте нового этапа эволюции экранного реализма. В статье рассматриваются практические технологии создания эффектов реализма художниками и операторами, что способствует изменению «видения» зрителя и его требовательности к качеству создания «киномифа», размыванию границ между реальным и символическим, а также еще большим погружением в гиперреальность. Настоящая статья представляет собой оригинальный синтез теоретического и практического анализа: в качестве методологии исследования привлекается философская концепция Платоновской аллегории пещеры и связанная с ней теория симулякра и*

гиперреальности, разработанные в эстетике постструктурализма, а эмпирическую базу составляет анализ приемов художников и операторов, работающих непосредственно над созданием реалистических эффектов в кинематографе. В результате исследования авторы приходят к выводу о том, что стремление к гиперреализму способствует изменению зрительского восприятия в контексте новой постгуманистической эстетики, меняет естественное зрение на постмиметическое и формирует феномен «цифрового кича».

Ключевые слова: гиперреализм, нейросеть, мимесис, постмимесис, подражание, реальность, гиперреальность, симулякр

Olesya V. Stroevea,

Doctor of Science in Culture Studies, PhD in Philosophy, Associate Professor (VAK), Vice-Rector for Research, Professor and Head of the Department of Theory and History of Culture, GITR Film and Television School, 32A Khoroshevskoe Shosse, Moscow, 125284, Russia, ORCID ID 0000-0002-8554-8053, ResearcherID: ABI-7254-2020, RSCI SPIN: 8154-1276, olessia_75@mail.ru

Alexandrina V. Trapeznikova,

Associate Professor, Deputy Dean of the Multimedia Art Department, GITR Film and Television School, 32A Khoroshevskoe Shosse, Moscow, 125284, Russia, RSCI SPIN: 5757-6157, alextrapeznikova@gmail.com

Ivan A. Pomorin,

Associate Professor of the Cinematography Department, GITR Film and Television School, 32A Khoroshevskoe Shosse, Moscow, 125284, Russia, AuthorID: 986436, pomorini@gmail.com

UDC 791.43

Hyperrealism in Contemporary Cinematography

Abstract. The paper is focused on strengthening hyperrealism trends in modern cinema and media products. The rapid development of computer technologies, the emergence of artificial intelligence and neural networks today enhance the realism of film images, that develops new digital aesthetics. The purpose of the

study is to analyze the influence of video technologies on the perception of film reality by a modern viewer in the context of a new stage in the evolution of screen realism. The article discusses practical technologies for creating realistic effects by professional designers and cameramen, which contributes to a change in the viewer's "vision" and quality claims for a perfect "cinema myth", blurring the boundaries between the real and the symbolic, as well as causing even greater immersion into hyperreality. This paper presents an original synthesis of theoretical and practical analysis: the research methodology uses the philosophical concept of Plato's allegory of the cave and the related theory of simulacrum and hyperreality developed in the aesthetics of poststructuralism; the empirical basis involves the analysis of the techniques implied by artists and cameramen working directly on the creation of realistic effects in cinema. As a result of the study, the authors come to the conclusion that the desire for hyperrealism contributes to a change in viewers' perception in the context of a new posthumanism aesthetics, changes natural vision to post-mimetic and forms the phenomenon of "digital kitsch".

Keywords: hyperrealism, neural network, mimesis, postmimesis, imitation, reality, hyperreality, simulacrum

Введение

Современный зритель существует в условиях переизбытка визуальной информации, которая обрушивается на него ежесекундно с экранов различных устройств. Взгляд современного потребителя образов настолько «испорчен» высокоточным изображением, что старые кинофильмы, снятые на пленку, без цифровой обработки могут уже казаться «некачественными». Несмотря на то, что человеческий глаз не может в физической реальности видеть столь четкое изображение, которое дает гиперреалистическое фото или цифровой кадр, тем не менее, мы уже привыкли к тому, что технологии позволяют преодолевать естественные биологические ограничения. Такой сверхчеловеческий взгляд становится частью эстетики постгуманизма, предполагающей усовершенствование качества «реальности», становящейся гиперреальностью, то есть искусственно сконструированной и замещающей действительность. Современная кинопродукция, активно развивая видеотехнологии, способствует все большему погружению человека в символический гиперреалистический мир, где все меньше остается место для референции, то есть отсылки к миру реальному. ***Цель данной статьи*** – проанализировать влияние кинотехнологий на восприятие кинореальности в контексте трансформации классического мимесиса (подражания реальности) в постгуманистические тенденции постмимесиса (многослойного подражания другим изображениям).

В качестве *методологии* исследования привлекаются концепции «симулякра» Ж. Делеза и Ж. Бодрийяра, а также понятие «гиперреальности» Ж. Бодрийяра. Жиль Делез выводит концепцию симулякра из переосмысления платонизма, предлагая «перевернуть Платона вверх ногами» [5, с. 329]. Основное платоновское различие между оригиналом (эйдосом), его копией (эйконом или вещью) и копией копии (эйдоном или изображением вещи), описанное им в диалоге «Софист», а также представленное в «Государстве» с помощью аллегории пещеры, становится основанием для выведения понятия «симулякра». Делез описывает его как триумф ложного претендента, ведущего в лабиринт пещер, из которого нет выхода, торжество обмана, неопределенности и запутанности в сети следов и знаков, что так характерно для эпохи постмодерна. Симулякр имеет некоторое сходство с ризомой, которая разрушает фиксированные иерархии и создает гетерогенные связи. Однако симулякры, по мысли Ж. Делеза, имеют творческий потенциал, так как создают новые способы понимания идентичности и реальности.

Такой подход не разделял как сам Платон, считавший подражательное искусство художников бесполезным, так и Ж. Бодрийяр, относивший к симулякрам все виды изобразительного искусства, в том числе фотографию и кинематограф, а также всю медиасферу. Медиакультура, будучи мощным инструментом манипуляции массовым сознанием, использует разного рода симулякры, создавая символическую реальность или «гиперреальность», подменяющую истину [2]. Гипнотическое воздействие кинообразов переносит зрителей в иной мир по их собственной воле, создавая эффект раздвоения реальности, поэтому платоновское двумирие оказывается снова крайне актуальным. Сравнение платоновской пещеры и кинозала появилось еще в начале XX века и стало «общим местом» для многих исследователей медиасферы, в том числе М. Маклюэн видел в аллегории Платона сущностное сходство с воздействием кинопроектора. Так и Ролан Барт исследовал мифотворческую функцию кинематографа и в целом визуальных искусств, основанных на подражании (мимесисе), как манипулятивную власть¹⁶. Вальтер Беньямин также описывал кинематограф как искусство, не способствующее развитию критического мышления. Многие представители структурализма и постструктурализма разделяли идеи неомарксизма, подобно Ф. Джеймисону¹⁷, рассматривавшему кинематограф как продукт позднего капитализма и общества потребления, манипулятивный инструмент медиакультуры и постмодернистский аттракцион, производимый на фабрике грез.

Для производства любого товара необходимо улучшение его формальных качеств, что и на современном этапе заставляет киноиндустрию постоянно развиваться в технологическом плане.

¹⁶ См. полный обзор концепций, связанных с платоновской аллгорией пещеры, в статье А. Якобидзе-Гитман [11].

¹⁷ Имеется в виду работа Ф. Джеймисона «Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма», 1984 г.

Тенденции гиперреализма, присущие массовому кинематографу, – это, прежде всего, желание усилить эффект аттракциона, удивить и развлечь. Авторский кинематограф, который стремится к развитию художественного языка, новых приемов и форм высказывания в искусстве может обходиться и минимальными техническими средствами (хорошим примером является «Догвилль» (2003) Ларса фон Триера, где город – это расчерченные на асфальты квадраты). Многие современные исследователи продолжают развивать идеи упомянутых медиафилософов, например, в статье Н. Р. Красовской и А. А. Гуляева [6], а также в статье Н. В. Шепель [10] подробно изучаются технологии и статистика манипуляции сознанием при использовании дипфейков. Вопрос гиперреалистического тела, как этапа в создании человеком искусственной реальности, а также анализ гиперреализма в контексте развития визуальных искусств разобран в статьях О. В. Строевой [8, 9]. В статье Д. Н. Алдошиной [1] проводится детальное изучение развития компьютерной графики и усиление гиперреалистичности медиапродуктов в анимации. А. А. Галлямова рассматривает вопросы авторского права на произведения, созданные при помощи искусственного интеллекта [3]. Таким образом, **актуальность** предлагаемого исследования заключается в том, что под воздействием новейших кинотехнологий тенденции формирования гиперреальности только усиливаются, что способствует развитию феномена раздвоенности реальности, размыванию границ между естественным и искусственным, формируется «цифровое видение» и новое эстетическое восприятие.

Эволюция эффекта реализма в кинематографе

Тенденция реализма в визуальных искусствах начала формироваться с появления изобразительности, в древности художники использовали технологию восковых масок для создания портретов, раскрашивали скульптуры в телесный цвет для создания эффекта правдоподобия, соревновались в иллюзионизме изображений. После средневекового сознательного отказа от мимесиса эпоха Ренессанса открыла линейную перспективу, что позволило создавать грандиозные перспективные эффекты монументальной живописи, усиленные иллюзионизмом барочных интерьеров с фейковыми куполами и архитектурными элементами. Мода на натюрморты-обманки, голландская миниатюрная живопись со всякого рода развлечениями, например, поиском нарисованных насекомых в цветах, и современная гиперреалистическая живопись, которая сродни кичу, – все это свидетельства желания зрителя видеть искусно созданный дубликат реальности в качестве аттракциона. Надо сказать, что в истории визуальных искусств всегда существовала и обратная тенденция – отказа от подражания видимой реальности, называемая нефигуративностью или идеопластикой. Эта тенденция свойственна каноническому искусству древних цивилизаций, христианскому символизму, романтизму, а также авангардным течениям. Нефигуративность направлена на выражение внутреннего мира и нематериального пространства, что возможно визуализировать только в знаково-символической форме,

а далее зритель сам должен разыгрывать образы в своем воображении. Кинематограф с начала своего зарождения задействовал обе тенденции, экспериментируя с формой, заимствуя различные приемы реализма, символизма и сюрреализма.

Один из ранних кинематографистов Жорж Мельес, будучи хорошим художником, практиковал в своих произведениях создание фантастической реальности. В ходе съемочных опытов автор применял множество новых технологий совмещения в кадре, которые были названы «методом комбинированных кадров». При подготовке специальных макетов декораций использовался прием общей стилизации, так, чтобы все совмещенные в одном кадре объекты были в одном стиле, в одной степени стилизованности. Так, при съемках фильма «Путешествие на Луну» режиссера Ж. Мельеса, для совмещения декораций с актерами, был прорисован яркий грим и даже складки на одежде актеров, чтобы обобщить весь кадр в одну степень стилизованности и, как следствие, достичь убедительности и реалистичности изображения.



Илл. 1. Кадр из фильма «Путешествие на Луну», реж. Жорж Мельес, 1902 г.

18

Эти же приемы можно увидеть и в фильмах Чарли Чаплина, и в кинопроизведениях Фрица Ланга. Это первые совмещения фотофона и декорации с актерами, совмещение макетов и дорисовки. Характерные методы достижения реалистичности – все та же максимальная детализация элементов, соблюдение масштаба, причем масштаб соблюдается и в фактуре. Кроме этого, применялись методы «сфумато», когда края объектов комбинированного кадра, либо границы совмещения дорисовки с объектами делались размытыми, мягкими. Уже в более современном фильме режиссера Ридли Скотта «Бегущий

¹⁸ Источник изображения: <https://ru.kinorium.com/390/gallery/?photo=48604390> (Дата обращения 13.02.2025)

по лезвию» (1982) для многих кадров была использована подобная дорисовка. Это позволило создать выразительные образно-эмоциональные кадры. Основной техникой прием в методе дорисовки – это мягкость соединения реальной декорации и картины в технологии гиперреализма.



Илл. 2. Мэттью Юрисич создает дорисовку для фильма «Бегущий по лезвию», 1982 г.

19

Технические методы художников на съемочной площадке всегда дорабатывались кинооператором, который использовал художественный свет, цветной свет и дополнительно применял эффекты атмосферы (туман, дождь, снег, и др.). Появление цвета в кинематографе добавило творческих возможностей авторам, и они стали применять цветовую перспективу. Новые темы в искусстве, в частности, фантастические жанры, ставили новые задачи. Так, в картине «Планета Бурь» режиссера Павла Клушанцева художник-постановщик фильма Михаил Петрович Цыбасов создал серию эскизов, по которым делались декорации отдельными специалистами комбинированных кадров. Оператор А. Лаврентьев и художник В. Щелков под каждый эскиз создавали новые творческие методы достижения реалистичности. Декорации, костюмы и грим для каждого кадра прописывались в павильоне с уже выставленным оператором художественным светом. Такой метод обобщения по стилю фактур помогал создать эффект реалистичности, даже тогда, когда мы видим в кадре не людей в скафандрах, а кукол.

Именно совместная работа оператора с художником позволяют достичь реалистичности на экране. Далее развитие кинотехнологий позволило применять компьютерные программы, и уже в фильмах «Послезавтра», «Начало», «Бегущий по лезвию 2049» и многих других можно видеть, что

¹⁹ Источник изображения: https://pikabu.ru/story/begushchiy_po_lezviyu_1982_iskusstvo_vizualnogo_obmana_3977978 (Дата обращения 11.06.2025)

приемы комбинированных кадров, по сути, остаются те же, но уровень детализации увеличивается. Однако даже когда возможности проработки изображения методами компьютерной графики достигают высокого уровня, кинематографисты начинают возвращаться к использованию макетной съемки, и прежде всего, это связано с еще одним очень важным художественным приемом – созданием атмосферы.



Илл. 3. Эскиз к фильму «Планета бурь. Внеземная станция», 1950-е гг. ²⁰

Это тот самый сложно уловимый элемент, который создается прямо перед камерой в момент съемок. Так, в фильме режиссера Дени Вильнева «Бегущий по лезвию 2049» для создания сцены пролета над городом к главной башне был построен макет Лос-Анджелеса с проработкой зданий и элементов с повышенной детализацией миниатюр. Курировал решение задачи главный VFX-супервайзер Джон Нельсон. Все миниатюры прописывались из краскопульта и потом доводились сухой кистью, что является одним из важных технических приемов гиперреализма. Далее в павильоне добавился эффект мокрого дыма и художественного света.

²⁰ Музей Изобразительных искусств Республики Карелия (Петрозаводск). Источник изображения: https://rusmuseumvrm.ru/reference/classifier/museum/muzey_izobrazitelnih_iskusstv_respubliki_kareliya_petrozavodsk/index.php (Дата обращения 13.02.2025)



Илл. 4. Процесс создания и съемок миниатюр города Лос-Анджелес. Главный VFX-супервайзер Джон Нельсон, 2016–2017 гг. 21

Как показывает изучение приемов и техник создания реалистичности, несмотря на важность детализации и проработки фактур или списывание краев объектов воздушным слоем, тем не менее иногда наиболее убедительными получаются комбинированные кадры с применением приемов живописной или тональной стилизации, обобщения всех элементов в кадре. Новые технологии экранного искусства, задействующие искусственный интеллект, сталкиваются с проблемой того, что ИИ пока прямолинейно использует методы реалистичности, например, размытость краев, и именно поэтому зритель сразу узнает «подмену» или ощущает то, что можно назвать «цифровым кичем». Художники при создании изображения не применяют ту же размытость повсеместно, а в соответствии с установленным оператором светом, зоной фокусировки, присутствием рефлексов и другими влияющими на изображение факторами. Однако стоит заметить, что уже зафиксирован случай признания фотографии, сделанной искусственным интеллектом, произведением искусства [3, с. 242]. Совершенно очевидно, что в ближайшем будущем художники будут активно использовать искусственный интеллект для решения рутинных задач при создании реалистичности, но человеческое участие в принятии нестандартных творческих задач нейросеть заменить не может.

Рассматривая эволюцию кинематографа, становится очевидным тот факт, что за 130 лет его развития зрительский опыт «видения» реальности постоянно меняется под воздействием новых технологий и визуальных эффектов, которые все время поднимают планку качества изображения, постоянно бросая вызов следующим поколениям кинематографистов. То, что раньше выглядело на экране правдоподобно, сегодня уже может вызывать улыбку у зрителя. Зачастую сами режиссеры

²¹ Источник изображения: <https://hsedesign.ru/project/16277734b9e642d0abf5a8d69b82b118> (Дата обращения 13.02.2025)

разрабатывают визуальные технологии в соответствии с потребностями сценария, одним из таких знаменитых изобретателей является Джеймс Кэмерон. Сначала в картине «Бездна» (1989) команда Кэмерона создала жидкое водное существо, а затем в «Терминаторе-2. Судный день» (1991) появился жидкий металлический робот – результат работы прогрессивного на тот момент программного обеспечения, позволяющего моделировать движущиеся трехмерные объекты.

Уже сейчас в компьютерной графике для кинематографических задач искусственный интеллект не только дорисовывает пространства или добавляет эффекты снега, дождя, но и появляется система кинематографической фотореалистичной камеры – Cinematographer PRO, которая может делать все, что может стандартная камера, но кратко проще в использовании и создании гиперреалистичных результатов. Cinematographer работает как система, связывая все настройки, которые влияют друг на друга в реальности, и устанавливая физические ограничения там, где это необходимо, что приводит к исключительно реалистичным результатам, будучи одновременно более простым и быстрым в использовании.



Илл. 5. Кадр из фильма «Романс о влюбленных», реж. А. Кончаловский, 1974 г.

22

Создание гиперреальности в кинематографе

Компьютерная графика и нейросети, как инструмент, имеет огромный потенциал, который всегда реализуется сообразно задаче. Применительно к кинематографу гиперреализм решает множество задач: создание уникальных внутрикадровых пространств, миров, техники, погодных явлений, управление неподвластными в реальности живыми организмами, «воскрешение» давно исчезнувших или создание принципиально новых существ. Все это можно обозначить общим тезисом – создание новой реальности или гиперреальности. Графика может применяться не только для добавления искусственных элементов, но и для удаления действительных. Технически, подобное действие можно

²² Источник изображения: <https://yandex.ru/video/preview/18267622670534464759> (Дата обращения 14.05.2025)

классифицировать, как создание символической реальности, отличимой от действительной лишь отсутствием какого-то определенного объекта, фрагмента, характеристики или свойства (например, изменение цвета).

Подобное может быть связано как с изначальной задумкой (например, в фильме режиссера Р. Земекиса «Форрест Гамп» происходит «удаление» капитану-лейтенанту Дэну утраченных на войне ног), так и с исправлением ошибок, допущенных во время съемок. Например, попавшая в кадр стойка со световым прибором, тень на стене от съемочной группы или вообще попадание в кадр, непосредственно, членов съемочной команды, в исторических фильмах это может быть попадание в кадр современных машин или проводов. Но, например, в фильме режиссера А. Кончаловского «Романс о влюбленных» для создания уникального художественного решения в кадре появляются осветительные приборы съемочной команды.

Обратная ситуация в фильме Д. Аронофски «Черный лебедь», где для создания сцены необходимой выразительности в кадр неизбежно попадает оператор с техникой. Уже на стадии раскадровки авторы понимали специфику кадра, и все рассчитали таким образом, чтобы вырезать оператора с помощью цифровых технологий на стадии постпродакшна. Иногда подобный «брак» находится в кадре считанные секунды и на дальнем плане, и авторы решают оставить все без каких-либо исправлений, в расчете, что зритель не успеет увидеть. Например, в фильме Г. Вербински «Пираты Карибского моря: Проклятие Черной жемчужины» в кадр на заднем плане в левой части экрана на секунду попал член съемочной команды. Действие популярного исторического фильма развивается в XVII веке, а попавший в кадр человек одет в современную одежду, что должно ярко выделять его на фоне остальных героев в кадре, но столь малый хронометраж и смещение акцента не позволяет зрителю сфокусироваться и заметить «ошибку».



Илл. 6. Кадр из фильма «Пираты Карибского моря: Проклятие черной жемчужины», реж. Г. Вербински, 2003 г. ²³

Компьютерная графика давно вышла на такой уровень, когда при должном качестве работы зритель не сможет отличить реальный предмет от воссозданного с помощью компьютерных технологий по достоверности. Все выглядит именно так, как выглядел и действовал бы реальный объект в кадре. При этом основным способом понимания природы изображения для зрителя остается референция, то есть соотнесение знака (образа) с действительностью и телесным опытом. Например, когда в фильме братьев Руссо «Мстители: Война бесконечности» в кадре появляется двухметровый фиолетовый инопланетянин с ребристым подбородком, зритель понимает, что ничего подобного в реальном, известном науке мире не существует. Кинореальность создает миф, в который зритель добровольно стремится поверить, поэтому его очень раздражает, если этот миф разрушается случайно попавшим в кадр чужеродным элементом. В постмодернистском кинематографе такой элемент может стать художественным приемом деконструкции (так называемая «ломка четвертой стены»), но в классическом нарративе это будет восприниматься как «киноляп». Кристиан Метц называет это феноменом двойной веры зрителя: «Очевидно, что диегетическая иллюзия не обманывает зрителей, что они хорошо "знают", что экран не представляет ничего, кроме вымысла, но для "правильного" развертывания зрелища чрезвычайно важно, чтобы эта уловка соблюдалась (в противном случае фильм кажется "плохо сделанным") [7, с. 105].

С появлением нейросетей анализ изображения становится несколько сложнее, особенно это касается спорных кадров, когда действие или герой вполне могут существовать в реальности, но вызывают внутренние сомнения зрителя в подлинности. Чаще всего подобное возникает в таких физических действиях актеров, как танцы, акробатика, сценический бой и т. д. Развитие старых технических средств

²³ Источник изображения: <https://yandex.ru/video/preview/2484618363851037162> (Дата обращения 3.06.2025)

и создание новых привели к появлению технологии замены лица Deep Fake, основанной на методе генеративно-сопоставительных нейросетей (GAN) [6, с. 93].



Илл. 7. Кадр из рекламы Сбер, 2020 г.

24

Определить подмену легко, если создатели видеоконтента не преследуют цель обмануть зрителя, как, например, в рекламе Сбер с «воскресшим» Джоржем Милославским из фильма «Иван Васильевич меняет профессию» или в рекламе Мегафона, использующей образ Брюса Уиллиса, или в фильме «Легенда», где «омолодили» Джеки Чана.



Илл. 8. Постер рекламы Мегафон, 2021 г.

25

А вот если авторы ставят себе задачу обмануть зрителя, заставить поверить в реальность «воссозданного» изображения, согласно статистике, лишь 48% тестируемых смогли отличить графику от реальности [10]. С одной стороны, это ярчайший маркер размывания границы реального и символического современным зрителем. Любое изображение, каким бы реальным оно не казалось, вполне может оказаться вымыслом, художественным приемом или даже элементом мошеннической схемы. Таким образом, человечество с помощью технологий шагнуло еще дальше в мир симулякров. С

²⁴ Источник изображения: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10937847> (Дата обращения 25.05.2025)

²⁵ Источник изображения: <https://www.kino-teatr.ru/lifestyle/news/y2021/8-16/25534/> (Дата обращения 25.05.2025)

другой стороны, следует задаться вопросом, действительно ли происходящее уникально в истории человечества. Вспомним первые публичные показы кинематографа братьев Люмьер. На одном из показов при подготовке пленки фильма «Разрушение стены» механик забыл выключить лампу на проекторе, перематывая пленку на начало, а зрители в зале увидели, как на экране стена из руин сама по себе восстановилась. Тогда публика обвинила кинематографистов в колдовстве и чуть было не учинила расправу. Причина подобного поведения кроется в искренней, глубокой убежденности в реальности происходящего.



Илл. 9. Кадр из фильма «Легенда», реж. Стенли Тун, 2024 г. ²⁶

Хроникальные кадры, обращенные силой технологии кинематографа вспять, зритель увидел впервые, а потому не имел опыта восприятия и анализа происходящего. Со временем, с приобретением визуального опыта зритель адаптировался.

На фестивале в Рио-де-Жанейро Георгия Николаевича Данелия, режиссера фильма «Кин-дза-дза», спросили про спецэффект Пепелаца [4]. В ответ он пошутил, что это настоящая техника, которую предоставило Министерство обороны СССР. В результате в Министерство пришел официальный запрос от голливудских кинематографистов на гравипапу. Нельзя однозначно трактовать подобную реакцию, как безоговорочную веру в реальность спецэффекта, однако факт наличия запроса говорит сам за себя. Однако справедливо предположить, что современный зритель сможет адаптироваться к новым нейротехнологиям и уже через 5–10 лет перестанет обманываться самым качественным Deep Fake, на смену которому придет новая технология гиперреализма, и ситуация повторится вновь. Хотя в современной классической физике время определяется линейно, культуре присуща цикличность, и это в очередной раз доказывает, что изучение прошлого может дать ответы на проблемы настоящего и будущего.

²⁶ Источник изображения: <https://yandex.ru/video/preview/9828530663279757738> (Дата обращения 15.06.2025)

Заключение

Таким образом, проблема развития гиперреализма состоит в том, что кинематографисты постоянно стремятся к усовершенствованию иллюзии, что, собственно, входит в задачи создания «киномифа», но эта «гипертрофированная чувственность» приводит к «нищете воображения», как называл это Ж. Бодрийяр, то есть возникает тот «порнографический эффект», когда тебе показывают слишком много, не оставляя возможности домыслить [2]. Домысливание теперь происходит не в области сущностных смыслов произведения, а в переосмыслении самой границы реального, различения подлинного и фальшивого. Сама потребность подражания реальности (мимесис) является базовой эстетической категорией, лежащей в основе человеческой деятельности. Однако современная медиакультура развивает постмиметическую эстетику, то есть подражание становится многослойным, похожим на лабиринт Платоновых пещер, где копии копий (симулякры) бесконечно размножаются, уводя зрителя все дальше в мир гиперреальности. Вопрос, который должен волновать потребителей современного кинопродукта, скорее, не онтологический, а эстетический – вопрос воспитания хорошего вкуса, отличающий кич от художественного образа.

Литература

1. Алдошина Д. Н. Тенденция и проблематика в стремлении к гиперреализму 3d-анимации XXI века // МЦНП «Новая наука». 2020. С. 140–147.
2. Бодрийяр Ж. Порно-стерео: о гиперреальности и отсутствии соблазна в порнографии [Электронный ресурс] // Теории и практики. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/7651-porno-stereo> (Дата обращения: 21.05.2025).
3. Галлямова А. А. Авторское право на произведения, созданные с использованием технологий искусственного интеллекта // Образование и право. 2023. №4. С. 240–248.
4. Данелия Г. Н. Чито-грифо. М.: Эксмо, 2014. 768 с.
5. Делез Ж. Платон и симулякр / Логика смысла. М.: «Раритет», Екатеринбург: «Деловая книга», 1998. 480 с.
6. Красовская Н. Р., Гуляев А. А. Технологии манипуляции сознанием при использовании дипфейков как инструмента информационной войны в политической сфере // Власть. 2020. № 4. С. 93–98.
7. Метц К. Воображаемое означающее: психоанализ и кино. СПб.: Изд-во Европейского ун-та, 2013. 334 с.
8. Строева О. В. Аттракцион гиперреализма как порождение медиакультуры // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2016. №2. С. 96–103.

9. Строева О. В. Гиперреалистическое тело в современной культуре // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15. №2. С. 154–160.
10. Шепель Н. В. Использование дипфейков как современный способ совершения преступлений // ПТЗИ. 2024. Выпуск XII. С. 103–106.
11. Якобидзе-Гитман А. Статичный трансфер: парадоксы Платона в теории кино [Электронный ресурс] // Новое литературное обозрение. 2011. № 112. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/112_nlo_6_2011/article/18430/ (Дата обращения 12.06.2025).

References

1. Aldoshina D. N. Tendenciya i problematika v stremenii k giperrealizmu 3D animazii XXI veka [Trend and Problems in the Pursuit of Hyperrealism in 3D Animation of the XXIst Century] // MCNP "New Science". 2020. Pp. 140–147. (in Russian)
2. Baudrillard J. Porno-stereo: o giperrealnosti i otsutstvii soblazna v pornografii [Porno-stereo: on Hyperreality and the Absence of Temptation in Pornography] [Electronic resource] // Theories and practices. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/7651-porno-stereo> (accessed 05.21.2025). (in Russian)
3. Galliamova A. A. Avtorskoye parvo na proixvedeniya, sozdannye s ispolzovaniyem tekhnologiy iskusstvennogo intellekta [Copyright on Works Created Using Artificial Intelligence Technologies] // Education and Law. 2023. No. 4. Pp. 240–248. (in Russian)
4. Danelia G. N. Chito-grito. Moscow: Eksmo, 2014. 768 p. (in Russian)
5. Deleuze J. Platon i simulyakr [Plato and the Simulacrum] / The Logic of Meaning. Moscow: Raritet, Yekaterinburg: Delovaya Kniga, 1998. 480 p. (in Russian)
6. Krasovskaya N. R., Gulyaev A. A. Tekhnologii manipul'yazii soznaniem pri ispolzovanii dipfeikov kak instrumenta informazionnoy voiny v politicheskoy sfere [Technologies of Manipulation of Consciousness Using Deepfakes as an Instrument of Information Warfare in the Political Sphere] // Vlast. 2020. No. 4. Pp. 93–98. (in Russian)
7. Metz K. Voobrazhaemoye oznachayuschee: psikhoanaliz i kino [Imaginary Signifier: Psychoanalysis and Cinema]. St. Petersburg: Publishing House of the European University, 2013. 334 p. (in Russian)
8. Stroeveva O. V. Atrakzion giperrealisma kak porozhdeniye mediakultury [The Attraction of Hyperrealism as a Product of Media Culture] // Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and Social Sciences. 2016. No. 2. Pp. 96–103. (in Russian)
9. Stroeveva O. V. Giperrealisticheskoye telo v sovremennoy culture [Hyperrealistic Body in Contemporary Culture] // Observatory of Culture. 2018. Vol. 15. No. 2. Pp. 154-160. (in Russian)
10. Shepel N. V. Ispolzovaniye dipfeikov kak sovremennyi sposob soversheniya prestupleniy [Using Deepfakes as a Modern Way of Committing Crimes] // PTZI. 2024. Issue XII. Pp. 103–106. (in Russian)

11. Yakobidze-Gitman A. Stachnyi transfer: paradoksy Platona v teorii kino [Static Transfer: Plato's Paradoxes in Film Theory] [Electronic Resource] // New Literary Review. 2011. No. 112. URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/112_nlo_6_2011/article/18430/ (accessed 12.06.2025). (in Russian)

ПРАКТИКА

Ерофеев Сергей Владимирович,

кандидат филологических наук, профессор кафедры телерадиожурналистики, проректор Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское шоссе, д. 32А, ORCID 0000-0002-8804-7377, РИНЦ SPIN: 6078-1880, erofeev@gitr.ru

УДК 654.19 + 070

От классической журналистики к мобильной: смартфон как внешнее расширение человека

Аннотация: *актуальность* статьи обусловлена тем, что за последние несколько лет в классической журналистике, то есть в печатной прессе, на радио и телевидении, стали заметны метаморфозы. Поворотный момент произошел в начале XXI века в связи с распространением Интернета по всему миру и появлением социальных сетей. Однако только недавно смартфон стал основным инструментом журналистов и точкой потребления медиа аудиторией всех поколений. В статье рассматривается воздействие, которое оказало появление смартфонов на классическую журналистику, в том числе на особенности жанра, языка и визуального ряда. Таким образом, *предмет исследования* затрагивает специфику восприятия интернет-контента зрителями. *Цель статьи* – проанализировать исторический процесс того, как смартфон стал основой для мобильной журналистики, которая зарождается на наших глазах. *В результате* исследования автор формулирует основные положения перехода классической журналистики к мобильной, которые имеют ценность как для теоретиков, так и для практиков медиа. *В основе методологии исследования* – научный подход к пониманию медиакommunikации М. Маклюэна, а также авторский метод, изложенный в ряде публикаций самого автора.

Ключевые слова: медиа, смартфон, поколение, виртуальный, радио, телевидение, Интернет, пресса, коммуникации, СМИ, цифровой, мобильный

Sergey V. Yerofeyev,

PhD in Philology, Professor of the Department of Television and Radio Journalism, Vice-Rector, GITR Film and Television School, 32A

Khoroshevskoe Shosse, Moscow, 125284, Russia, ORCID
0000-0002-8804-7377, RSCI SPIN: 6078-1880, erofeev@gitr.ru

UDC 654.19 + 070

From Classical Journalism to Mobile: Smartphone as an External Personal Extension

Abstract. The relevance of the article is due to the fact that over the past few years, metamorphoses have become noticeable in classical journalism, that is, in the print press, on radio and television. The turning point occurred at the beginning of the 21st century due to the spread of the Internet around the world and the advent of social networks. However, it is only recently that the smartphone (that is, the mobile phone) has become the main tool of journalists and a point of consumption by media audiences of all generations. The article examines the impact that the advent of smartphones has had on classical journalism, including the features of the genre, language and visual range. Thus, the subject of the study affects the specifics of the perception of Internet content by viewers. The purpose of the article is to analyze the historical process of how the smartphone became the basis for mobile journalism, which is emerging before our eyes. As a result of the research, the author formulates the main provisions of the transition of classical journalism to mobile, which are valuable for both theorists and media practitioners. The research methodology is based on a scientific approach to understanding M. McLuhan's media communication, as well as a number of publications by the author himself.

Keywords: media, smartphone, generation, virtual, radio, television, Internet, press, communications, media, digital, mobile

Введение

В настоящее время *проблема* влияния смартфонов на современную журналистику обозначается отчетливо, этим обусловлена *актуальность* данной статьи. Автор занимается электронной журналистикой более 50 лет (телевидение, радио, сайты, социальные сети), но в последние годы он заметил этот очевидный новый тренд. Журналистика стала меняться не только в классических, но и в новых медиа – началось это с дигитализацией телевидения [7], потом с появлением Интернета [4, 6], а позже вслед за распространением смартфонов [1]. Смартфоны произвели настоящую революцию в человеческой коммуникации, а теперь это новое высокотехнологичное устройство превратилось в

базовое, универсальное, и мы его уже практически не замечаем. Очевидно, что в настоящее время, смартфон есть практически у каждого россиянина, и он используется для разных целей, одна из которых – получение информационного контента. Новейшие технологии быстро теряют свой блеск, но их влияние намного глубже, чем кажется на первый взгляд.

Новизна исследования определяется одной из первых попыток понимания того, какие особенности новых медиа стали влиять на журналистику классическую. В предыдущих статьях [1, 2, 3, 4, 5] автор отмечал, что миллиарды людей во всем мире – от детей до пенсионеров – по несколько раз в день тянутся к маленькой коробочке с экраном, чтобы перенестись в другое измерение – нырнуть в параллельный виртуальный мир, который разнообразнее и богаче, чем материальный мир, окружающий нас. Можно образно сказать, что сейчас у каждого из нас весь мир в кармане. Если раньше смартфонами пользовались достаточно обеспеченные люди среднего возраста, то сейчас смартфоны стали неотъемлемым атрибутом, практически каждого²⁷. В последнее время у автора появилась привычка считать в общественном транспорте количество людей, пользующихся смартфонами – в среднем оказалось 10 человек из 10; даже те, кто читал книги или газеты, время от времени доставали телефоны.

Согласно исследованиям автора и опросам, проведенным в Институте кино и телевидения (ГИТР), все поколения в России – дети, студенты и пенсионеры – начали отходить от классических медиа и потреблять их контент в основном через мобильные устройства, то есть смартфоны. Темпы изменений в медиaprостранстве стремительно растут, и преподаватели должны быть готовы к этим изменениям. Видимо, российское общество подошло к точке, когда классические медиа не только отходят, а уже отошли на второй план – началось с печати, потом последовали телевидение и радио. Параллельно со средствами медиа на задний план отходит и сама классическая журналистика.

Например, вот какие факты приводит популярный российский сайт AdIndex за несколько месяцев 2024 г.: «В июне ТВ каждый день смотрели 55% россиян, в сентябре их количество уменьшилось до 52%. Более трети респондентов никогда не читают газеты и журналы в печатной версии, но около 20% делают это чаще раза в неделю. Зато новостные сайты в интернете просматривают почти 80% россиян более одного раза в неделю, а каждый второй делает это ежедневно. Фильмы и сериалы онлайн регулярно потребляют 75% респондентов. Кино в интернете каждый день смотрят меньше трети опрошенных.

²⁷ Исследовательская компания IDC заявила, что по итогам завершающегося 2024 года продажи смартфонов в мире составят 1,24 млрд штук, это на 6,2% больше, чем в 2023 году [Электронный ресурс] // URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7329383?ysclid=macqfxqiku265822234>. (Дата обращения 5.05.2025). URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Смартфоны_%28мировой_рынок%29#:~:text=В%202024%20году%20в%20глобальном,обнародованы%2013%20января%202025%20года (Дата обращения 16.01.2025).

Такая же статистика характерна и для любителей музыки: 68% слушали треки чаще раза в неделю и 28% — каждый день. Стримы — трансляции спортивных, музыкальных и других мероприятий — актуальны для 70% опрошенных. Еженедельно такие события привлекают треть населения, а каждый день этот контент потребляют 6% респондентов. В свою очередь почти половина смотрит видео от блогеров (в том числе подкасты) раз в неделю и чаще, 16% — ежедневно. Наиболее популярными источниками информации остаются мессенджеры «Телеграм», WhatsApp и другие, каждый день их используют 83% жителей городов. При этом классические соцсети (VK, «Одноклассники») посещают ежедневно 57%»²⁸.

Цель этой статьи — понять, как и почему смартфон стал для многих не только порталом в виртуальный мир, но и инструментом, который начал в целом менять классическую журналистику, в том числе новостную. Видимо, у мобильной журналистики появляются новые качества — она становится не только, действительно, мобильной, но меняет жанровые особенности классической журналистики, влияет на русский язык, отношение к фактам, подаче визуального материала, новым формам и форматам. Но, прежде чем перейти непосредственно к основной теме, вспомним историю появления смартфона в нашей жизни.

Человечество в ожидании смартфона

В 1964 г. Маршалл Маклюэн, канадский профессор, культуролог и философ опубликовал свою книгу «Понимание медиа: внешние расширения человека». Он придумал выражение «средство передачи информации — это сообщение», термин «глобальная деревня», предсказал появление Всемирной паутины почти за 30 лет до ее изобретения, но его главная мысль в том новые гаджеты являются расширением человека [8]. Представление о смартфоне как о внешнем расширении человека вполне вписывается как в парадигму, так и в вектор размышлений Маклюэна. В 2022 г. главный редактор сетевого журнала Джеф Десжардин опубликовал тренд-статью о трех волнах развития медиа — «The Evolution of Media: Visualizing a Data-Driven Future»²⁹. В статье он замечает, что скорость изменений в медиа нарастает. Если для развития *протомедиа* понадобилось примерно 50+ тыс. лет, то для первой волны медиа — 600 лет (печать), для второй — 20 лет (телевидение, радио, Интернет). Отмечу лишь то,

²⁸ Тренды медиапотребления: снижение интереса к видеохостингам и рост популярности онлайн-новостей [Электронный ресурс] // URL: <https://adindex.ru/news/researches/2024/11/22/327528.phtml> (Дата обращения 16.01.2025).

²⁹ The Evolution of Media: Visualizing a Data-Driven Future. URL: <https://www.visualcapitalist.com/evolution-of-media-data-future/> (Дата обращения 16.05.2025)

что смартфон родился как ответ на подспудные запросы человечества³⁰ на рубеже XX и XXI столетий³¹. В последние несколько лет смартфон постепенно стал вытеснять другие электронные устройства – телевизоры, компьютеры, ноутбуки, планшеты и радио. Смартфон в отличие от них легкий и компактный, и он всегда под рукой, но появился не сразу, а в результате эволюции электронных устройств.

В 1973 г. американская компания Motorola выпустила первый в мире мобильный телефон, который не был привязан проводом к стационарной телефонной розетке. Это уже само по себе было чудом. Он имел внушительные размеры и весил два килограмма. У него еще не было дисплея и никаких дополнительных функций, кроме телефонных звонков.



Илл. 1. Инженер корпорации Motorola Мартин Купер с мобильным телефоном.

32

Термин «смартфон» был введен шведской компанией Ericsson в 2000 г. для обозначения своего нового мобильного телефона Ericsson. Устройство обладало сравнительно малыми габаритами и небольшим весом – 164 граммов. Его особенностью был сенсорный экран, закрытый откидной

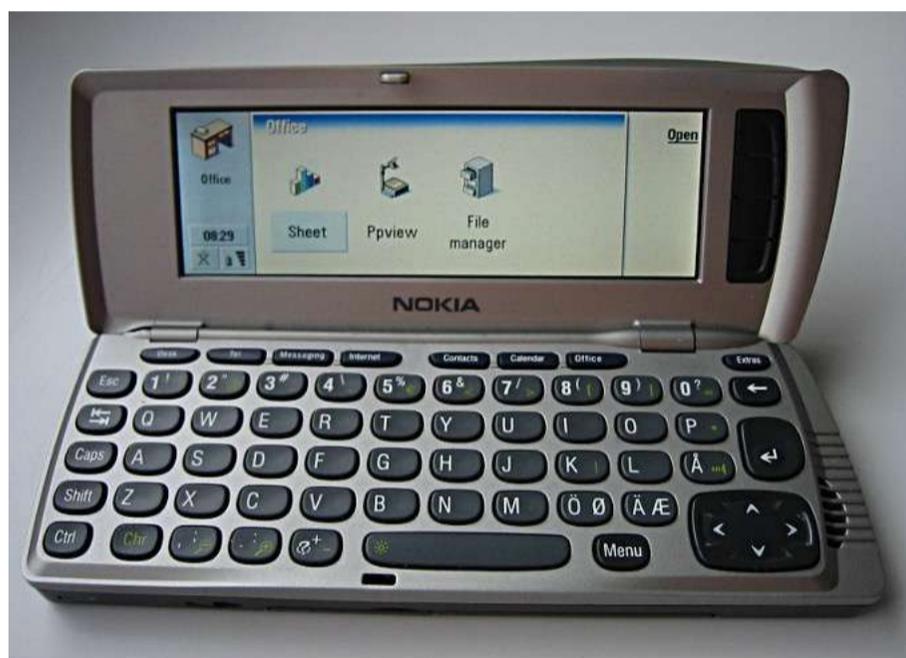
³⁰ Подробнее об этом автор изложил в своей статье «Виртуальный мир стал реальностью. Идеи и новации» 2021. Т. 9. No 3.

³¹ Для полноты картины можно ознакомиться со статьей «История мобильной связи в России» [Электронный ресурс] // Яндекс Дзен. URL: <https://dzen.ru/a/XKp8d1JcTgCv9pE8?ysclid=matx2wzk47938915228> (Дата обращения: 18.05.2025)

³² Источник изображения: <https://wireless-e.ru/components/mw-adi/> (Дата обращения 10.01.2025)

крышкой. Названием «*смартфон*» (от английского *smart – умный, сообразительный*) производитель подчеркивал интеллектуальность устройства, однако тот аппарат нельзя считать полноценным смартфоном, поскольку он не позволял устанавливать сторонние приложения³³. Сейчас Википедия³⁴ определяет смартфон как мобильный телефон, дополненный функциональностью умного устройств³⁵.

Бурное развитие смартфонов и коммуникаторов началось в 2001 г., когда компания Nokia выпустило первое устройство новой серии – коммуникатор Nokia 9210. Модель обладала весьма внушительной функциональностью, внутренний экран уже был цветным. Кроме того, был анонсирован телефон Nokia 7650, который считается первым «настоящим» смартфоном, поскольку он работал под управлением открытой для сторонних разработчиков операционной системы.



Илл 2. Коммуникатор Nokia 9210

36

В дальнейшем смартфоны стали обрастать не только дополнительными коммуникативными функциями, но и функциями, присущими другим устройствам. В частности, они стали постепенно вытеснять с рынка цифровые фотоаппараты, видеокамеры, радиоприемники и видеокамеры. Смартфон

³³ Более подробная история изложена в статье «Эволюция мобильного телефона» [Электронный ресурс] // Эволюция мобильных телефонов. С 1973 года до наших дней. Сайт. URL: <https://www.kommersant.ru/gallery/3591904?ysclid=maxnl3zlsj696461022> (Дата обращения 16.05.2025).

³⁴ В соответствии с ч. 1 ст. 11 ФЗ от 01.07.2021 № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации», Роскомнадзором принято решение об информировании пользователей ru.wikipedia.org, что иностранное лицо, владеющее информационным ресурсом, является нарушителем законодательства Российской Федерации.

³⁵ Смартфон [Электронный ресурс] // URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Смартфон> (Дата обращения 16.05.2025)

³⁶ Источник изображения: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.e69715ed-684b4161-20f0ebdc-74722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/Nokia_9210_Communicator (Дата обращения 10.01.2025)

постепенно стал престижным атрибутом среднего класса во многих странах мира. Стоил он достаточно дорого, поскольку обладал привлекательной универсальной функцией *Personal digital assistant* («персонального цифрового ассистента») – некоторые мобильные бренды по началу его так и называли. Со временем быстрый процесс изменений в медиасреде и электронных коммуникациях не мог не затронуть самый динамичный сектор глобальной аудитории – **молодежь**. Первые признаки нового тренда заметили авторы исследования компании Nielsen еще в 2009 г. Более подробно об этом тренде в статье «Телесмотрение в юношеском возрасте: тенденции 2008-2017 гг.» [5].



Илл. 3. Смартфон

37

Чуть позже (2020 г.) журнал «Идеи и новации» одним из первых начал изучать этот феномен в статье «Смартфон как новая точка медиапотребления молодежи» [1]. Приводим основной вывод этой статьи, подкрепленной полевыми исследованиями: «Смартфон в молодежной среде стал неотъемлемой и значимой частью образа жизни; молодежь тратит со смартфоном больше времени, чем с другими медиа; смартфон способствует дальнейшему сдвигу в сторону аудиовизуальной культуры». Сейчас эти тезисы верны уже для всего общества, включая детей и пенсионеров. В значительной степени на рост популярности смартфонов во всех странах общества повлияла пандемия коронавируса в 2020-2022 гг., когда люди из-за карантина были ограничены в своих связях с внешним миром экранами своих мобильных устройств. На смартфонах получали новости, через них заказывали продукты, общались друзьями, родственниками и врачами и т. д.

В 2021 г. автор в статье «Как медиаменю разных поколений стало разным» отмечал, что «Основной медиаточкой в настоящее время выступает смартфон или легкий ноутбук. Главное – доступ в Интернет.

³⁷ Источник изображения: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Смартфон> (Дата обращения 10.01.2025)

Пора телевизоров, а также стационарных компьютеров уходит в прошлое, и в немалой степени это происходит в силу отсутствия у этих устройств компактности и мобильности» [4]. С того времени смартфоны из-за своего удобства стали постепенно вытеснять обычные кнопочные телефоны – простые «звонилки». Сейчас смартфоны охватывают весь спектр электронных коммуникаций и контента и являются практически обязательным атрибутом каждого человека, независимо от его возраста.

Смартфон как главный инструмент мобильной журналистики

По мнению автора, с началом пандемии COVID-19 в 2020 г., когда большая часть человечества во многих странах мира, включая Россию, была изолирована в своих домах, собственно, и началась история смартфона как «окна» во внешний мир. Смартфоны действительно стали не только «окнами» во внешний мир, но и настоящими персональными цифровыми помощниками человека. Одновременно смартфоны стали новым инструментом, который стал менять журналистику – как в свое время печатный станок Иоганна Гутенберга стал инструментом первой медийной революции и родил печатную прессу. Рассмотрим изменения, которые стали происходить в журналистике в последние годы, более подробно.

Как меняются жанры в мобильной журналистике? Уже очевидно, что старая, классическая, жанровая *типология* ушла в прошлое, а новой нет. Ситуация усугубляется тем, что контент, созданный профессиональными журналистами, идет в одном потоке с материалами любителей, которые совсем не разбираются в жанрах. Сейчас в мобильной журналистике существуют следующие условные жанры:

- «заметка» или просто «сообщение» – самый лаконичный жанр;
- «интервью» может быть и коротким информационным или длинным аналитическим;
- «лонгрид» – большой материал разнообразного наполнения, который может объединять разные жанры.

Стало уже обычным, когда и опытные, и начинающие журналисты называют обычную небольшую заметку или лонгрид «*статьей*». Жанр уже не имеет большого значения – и в итоге на поле жанров нет ясности и определенности. Еще один важный аспект: несколько лет назад российские исследователи отметили, что у новых поколений пользователей нет опыта линейного просмотра или прослушивания – это отметил даже сайт Союза журналистов России. На практике это означает, что *длинные материалы*, будь то текстовые, видео или аудио мало востребованы. Теоретический вопрос о жанрах в журналистике имеет не только теоретический аспект, но и чисто практический – сейчас важно научить авторов журналистских материалов правильной форме для выражения своих мыслей в мобильной журналистике. Это прямой запрос для факультетов журналистики. Пока существует один универсальный жанр – «статья».

Какой должен быть объем материалов в разных жанрах? В последнее время заметна тенденция к лаконичности в журналистских материалах во всех классических жанрах. Причина понятна – у аудитории нет времени, она нетерпелива, она все время спешит и хочет сразу узнать финал истории. Лонгриды стали уделом небольшой части аудитории. Журналисты все более теряют навыки написания длинных текстов. Основная часть – небольшого размера материалы. Как следствие, аналитическая журналистика, которая, как правило, имеет большие объемы, уходит на задний план. Сейчас для авторов (и читателей) главное в мобильной журналистике – интересный интригующий заголовок и то, что в классической журналистике называется «лидом» – это первый абзац материала. Как правило, для читателей связка «название + лид» является вполне достаточной, чтобы решить, знакомиться ли с материалом дальше или перейти к другим.

Насколько социальные сети стали влиять на журналистику? Уже невозможно отрицать значительное влияние социальных сетей на журналистику. Частично эта тема была отражена в предыдущей статье автора. В ней наш эксперт, руководитель службы новостей ОТР Ю. В. Ермилова, точно отметила главное – то, что двигателем этих изменений стало новое поколение: «Дети, рожденные после 1990-х, выросли в среде активной коммуникации: телефонная доступность каждого человека, быстрый поиск интересующих сведений. Поэтому новые медиа получили и развили возможность двусторонней коммуникации: писать, звонить, оставлять комментарии можно в момент создания и распространения контента» [4]. За детьми потянулось старшее поколение, и сейчас журналистика как теория в этой ситуации оказывается в положении догоняющего. Отдельная тема – в социальных сетях стали размещать информационные ресурсы, которые создают как профессиональные журналисты, так и любители. Самые яркие примеры последних лет – сети Telegram и «ВКонтакте». В итоге – смешение разных жанров и стилей на одной площадке.

Еще одна отдельная тема – **влияние блогеров на журналистику**. Уже несколько лет идет дискуссия о блогерах и журналистах. Ситуация осложняется тем, что многие ныне известные блогеры – бывшие или нынешние журналисты. У блогеров – миллионников аудитория уже сопоставима с классическими СМИ. Автору кажется, что это тема также требует отдельных серьезных исследований.

Что происходит с русским письменным и устным языком в мобильной журналистике? Невооруженным глазом уже видно, что старые нормы литературного языка устарели. Мобильные коммуникации меняют не только лексику, но и синтаксис журналистики. Понятие стилистики тоже исчезает на глазах. Например, очень часто именные названия медийных фестивалей пишут без кавычек – вместо «Оскар» появляется *Оскар*, вместо «Золотой орел» – *Золотой орел* и т. д. Понятно, что авторам так проще, но часто появляются двусмысленности. Исчезают деепричастные обороты, вместо них

появляются угловатые новые конструкции и меняется сама стилистика высказывания³⁸. Это еще одна тема для углубленного исследования.

Новый вид иллюстраций в мобильной журналистике и их форматы

Ни для кого уже не является секретом, что новые поколения россиян – визуалы. Для лучшего понимания содержания сообщения им нужны иллюстрации, фотографии или видео. Как следствие этого в классических медиа тоже стали меняться картинки – вместо традиционного горизонтального формата в телевидении и кино появился вертикальный – как в смартфонах. Но и в самих телефонах нет устоявшегося формата изображения – происходит их смешение.

Как новые визуальные элементы в мобильной журналистике стали влиять на смысл сообщения? Речь идет об эмодзи. По версии Википедии, эмодзи – это язык идеограмм и смайликов, используемый в электронных сообщениях и веб-страницах, а также сами пиктограммы. Этот графический язык, где вместо слов используются идеографические картинки, появился в Японии и распространился по всему миру в эпоху компьютеров и смартфонов. Сложившуюся ситуацию комментирует Максим Кронгауз, заведующий Лабораторией лингвистической конфликтологии НИУ ВШЭ: «Пока что совершенно непонятно, что будет с эмодзи. Они соответствуют даже не слову, а какой-то идее, то есть мы в определенном смысле вернулись в дописьменную эпоху. Если смайлики многое дали для нашей коммуникации, то пока не ясно, что дадут нам эмодзи, конечно, кроме украшения текста. Как не ясно, этот феномен является свидетельством глобальных изменений или лишь временной игрой. Сложилась уникальная ситуация: мы сегодня очень зависим от разработчиков, предлагающих тот или иной инструментарий»³⁹.

Почему из смартфонов вертикальный формат фото и видео перешел в традиционные СМИ? На телевидении все чаще можно увидеть любительские видеонews, снятые в вертикальном формате с помощью смартфона. Это объяснимо, поскольку съемочные группы не всегда могут быть на месте события и редакторы вынужденно используют несовершенные любительские съемки. А в пандемию в кинотеатрах даже появились фильмы, снятые в вертикальном формате. Возможные причины – кинематографисты уловили тенденцию, когда потребление фильмов идет в основном через смартфоны, к тому же производство фильмов, снятых на телефоны, значительно дешевле.

³⁸ О достоинствах и недостатках онлайн-коммуникации высказался в интервью газете «Коммерсант» ведущий российский лингвист Максим Кронгауз. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7266912> (Дата обращения 2.02.2025)

³⁹ Максим Кронгауз. Если смайлики многое дали для нашей коммуникации, то пока не ясно, что дадут нам эмодзи, конечно, кроме украшения текста» [Электронный ресурс] // URL: <https://philology.hse.ru/conflictology/news/211303058.html> (Дата обращения 3.07.2023)

Как влияет чтение/ просмотр одного и того же материала на смартфоне, созданного в других медиа? Сейчас все больше пользователей предпочитают смотреть на смартфонах аудиовизуальный контент, созданный в других медиа, иногда даже в ущерб качеству. Производители контента и журналисты должны учитывать уже на стадии планирования, что значительная часть аудитории будет смотреть/слушать/ читать его на смартфонах с маленькими экранами и не очень хорошей встроенной аудиосистемой. Это еще одна тема для углубленных исследований, поскольку мало кто обращает на это пристальное внимание, а контент появляется в смартфонах по накатанной схеме – он просто переключивается в мобильные устройства.

Насколько важны факты для мобильной аудитории? Для профессионального журналиста золотое правило – факт должен быть подтвержден как минимум от двух независимых друг от друга источников. В социальных сетях и у блогеров это правило не работает – главное, чтобы была новость. В итоге очень часто вместо фактов аудитория получает фейки. В больших редакциях работают журналисты, которые занимаются только тем, что проверяют факты – фактчекеры, но это капля в море Интернета. Достоверность фактов в мобильной журналистике – еще одно поле для углубленных исследований.

Редакция и редактор в классической и мобильной журналистике

В последние годы как-то незаметно стало вуалироваться и исчезать слова «редактор» и «редакция». Можно сказать, что современная редакция предполагает несколько ее видов – полная классическая, онлайн, SMM или редакция в одном лице. Слово «редактор» не прижилось в мобильной журналистике, как и сама функция редактора.

Этика мобильных коммуникаций. Новые поколения молодых людей стали основными драйверами цифровых перемен. Именно они формируют новые тренды и задают направления для развития не только технологий. Для современных молодых людей смартфон – не просто гаджет, а инструмент, с помощью которого они управляют своей повседневной жизнью. Но параллельно новые поколения формируют и мобильную этику. Смартфон держат под рукой даже в ситуациях, где раньше была возможность от него отвлечься (например, за обеденным столом). Проверка уведомлений становится почти автоматическим действием не потому, что всегда есть срочные сообщения, а потому что «быть в курсе всего», так называемый синдром FOMO (Fear Of Missing Out)⁴⁰.

Смартфоны и искусственный интеллект. Осенью 2023 г. американская компания OpenAI представила очередное поколение нейросети ChatGPT. Чат-бот успел произвести настоящий фурор как среди

⁴⁰ Для интересующихся этой темой, отсылаю к статье в «АиФ»: «Всегда на связи, но лучше не звони. Молодежь диктует мобильный этикет» [Электронный ресурс] // URL: <https://aif.ru/money/company/vsegda-na-svyazi-no-luchshe-ne-zvoni-molodyozh-diktuet-mobilnyy-etiket> (Дата обращения 17.12.2024)

рядовых пользователей, так и среди представителей медиа и бизнеса. Появление нового инструмента в скором времени вызвало опасения – работники самых разных отраслей боятся, что их место уже в ближайшем будущем займет искусственный интеллект (ИИ). Появление ChatGPT и его аналогов заставило беспокоиться не только журналистов, но и сценаристов и всех творческих людей. Как отмечала в разговоре с The New York Times президент Американского института писателей и художников Ребекка Мэттер, о своем будущем задумались буквально все представители творческих профессий⁴¹, а летом 2024 г. в США прошла забастовка в Голливуде.

Тем не менее уже многие российские редакции стали использовать наработки ИИ в своей работе. Исследование, посвященное роли искусственного интеллекта в медиа и коммуникациях, провели Ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК) совместно с НИУ ВШЭ и Факультетом журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова⁴². В январе 2025 г. уже китайская компания представила свою более производительную версию ИИ – DeepSeek⁴³. Началась реальная гонка в сфере ИИ. Конечно, это не могло не затронуть и смартфоны, и их содержание. В 2025 г. как минимум пять брендов смартфонов уже были с искусственным интеллектом. Плюсы и минусы этого явления даны в обзоре Mobile Review «Искусственный интеллект в наших смартфонах: каким он может быть?»⁴⁴ В частности, в материале говорится, что «возможно, самой интересной и популярной функцией ИИ в наши дни является его способность распознавать и понимать естественный человеческий язык. Отсюда и появление больших языковых моделей, чат-ботов и других помощников на основе искусственного интеллекта». Очевидно, ИИ раскроет новый потенциал у смартфонов, но эта будет уже тема для будущих исследований.

Заключение

Таким образом, переход от классической журналистики к мобильной становится очевиден. Главная причина изменений кроется в техническом развитии и общедоступности такого средства коммуникации как смартфон. Согласно недавнему исследованию, взрослый американец проверяет телефон в среднем 344 раза в день – или раз в четыре минуты – и проводит в нем почти три часа в сутки⁴⁵. Можем сделать

⁴¹ Источник – газета «Коммерсант» [Электронный ресурс] // URL: https://www.kommersant.ru/doc/5976616?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (Дата обращения 5.05.2025)

⁴² Применение ИИ в российских медиа: опыт и перспективы [Электронный ресурс] // URL: <https://raec.ru/live/smi/14041/> (Дата обращения 2.02.2025)

⁴³ DeepSeek [Электронный ресурс] // URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/DeepSeek> (Дата обращения 2.02.2025)

⁴⁴ Искусственный интеллект в наших смартфонах: каким он может быть? [Электронный ресурс] // URL: <https://mobile-review.com/all/articles/misc/iskusstvennyj-intellekt-v-nashih-smartfonah-kakim-on-mozhet-byt/> (Дата обращения 2.02.2025)

⁴⁵ Как мобильные телефоны изменили наш мозг [Электронный ресурс] // URL: <https://inosmi.ru/20230408/telefon-262049746.html> (Дата обращения 5.05.2025)

вывод, что для россиян характерны подобные цифры. В современном обществе, смартфон как средство связи, стал основным источником получения информации. Данная тенденция закладывает основу современной журналистики, главным критерием которой является скорость. Мобильная журналистика, пришедшая на смену классической, диктует требования к жанрам, объему материалов и визуальному оформлению; она формирует свои нормы языка и этики. Вместе с тем, возрастает проблема проверки достоверности информации. Эти особенности необходимо учитывать при разработке учебных программ для профильных специальностей, в целях подготовки востребованных специалистов. Автор надеялся поднять в этой статье вопросы, ответы на которые позволят начать переход от классической журналистики к мобильной: в теории, и на практике. Полученные выводы могут служить созданию нового курса «Мобильной журналистики» на факультетах журналистики России – теоретики и практики уже давно ждут этого.

Литература

1. Ерофеев С. В. Смартфон как новая точка медиапотребления молодежи // Идеи и новации. 2020. Т. 8, № 1. С. 27–39.
2. Ерофеев С. В., Чибисов А. Е. Нелинейный мир, журналистика и медиаобразование // Современные тенденции в развитии российского медиаобразования – 2010: материалы Всерос. науч.-практ. конф. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 22–28.
3. Ерофеев С. В. Реальность виртуального мира, Идеи и новации. 2021. Т. 9, № 3. С. 10–28.
4. Ерофеев С. В., Еркина Е. С. Как медиаменю разных поколений стало разным // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 1. С. 6–21.
5. Шариков А. В., Ерофеев С. В. Телесмотрение в юношеском возрасте: тенденции 2008–2017 гг. // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2018. Т. 24, № 4(180). С. 42–50.
6. Erofeev S. Television in Russia: A Time of Transition. In: Central and Eastern Europe: Audiovisual landscape and copyright legislation. Antwerpen, 1994. 215 p.
7. Erofeev S. Russia. Chapter in The International World of Electronic Media. McGraw-Hill, Inc. New York, 1995. Pp.175-192.
8. McLuhan M., Understanding Media: The Extensions of Man. N.Y.: McGraw Hill, 1967. 450 p.

References

1. Erofeev S. V. Smartfon kak novaya tochka mediapotrebleniya molodezhi [Smartphone as a New Media Consumption Point for Young People] // Idei i novacii. 2020. Vol. 8. No 1. Pp. 27–39.

2. Erofeev S. V., Chibisov A. E. Nelinejnyj mir, zhurnalistika i mediaobrazovanie [The Nonlinear World, Journalism and Media Education] // *Sovremennye tendencii v razvitii rossijskogo mediaobrazovaniya – 2010: materialy Vseros. nauch. -prakt. konf. M.: Izd-vo Mosk. un-ta, 2010. Pp. 22–28.*
3. Erofeev S. V. Real'nost' virtual'nogo mira, Idei i novacii [The Reality of the Virtual World, Ideas and Innovations]. 2021. Vol. 9. No 3. Pp 10–28.
4. Erofeev S. V., Erkina E. S. Kak mediamenyu raznyh pokolenij stalo raznym [How Media Management Became Different for Different Generations] // *Idei i novacii. 2023. Vol. 11. № 1. Pp. 6–21.*
5. Sharikov A. V., Erofeev S. V. Telesmotrenie v yunosheskom vozraste: tendencii 2008–2017 gg. [Television Viewing in Adolescence: Trends in 2008–2017] // *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Ser. 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury. 2018. Vol. 24. No 4(180). Pp. 42–50.*
6. Erofeev S. Television in Russia: A Time of Transition. In: *Central and Eastern Europe: Audiovisual landscape and copyright legislation. Antwerpen, 1994. 215 p.*
7. Erofeev S. Russia. Chapter in *The International World of Electronic Media. McGraw-Hill, Inc. New York, 1995. Pp.175–192.*
8. McLuhan M., *Understanding Media: The Extensions of Man. N.Y.: McGraw Hill, 1967. 450 p.*

Квашенкин Алексей Евгеньевич,

старший преподаватель кафедры телерадиожурналистики Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское шоссе, д. 32А, корреспондент Главной редакции информационных и информационно-аналитических программ Дирекции информации АО «НТВ», a.kvashenkin@gmail.com

УДК 621.397.13

Новостной научно-популярный репортаж в контексте взаимодействия СМИ и пресс-службы

Аннотация: предмет исследования связан с конструированием реальности, посредством СМИ, так как популяризация науки в кино- и видеопродукции является органичным продолжением стремления научного сообщества и энтузиастов донести до массовой аудитории знания, накопленные человечеством за весь период истории, а также информировать о новейших достижениях, равно как и о перспективах научно-технического развития. Однако данное стремление сопряжено с рядом творческих и технических сложностей. Целью статьи является анализ и систематизация, употребляемых практикующими специалистами, правил, которые позволят журналисту избежать распространенных ошибок при подготовке материала. Особое внимание уделено правилам эффективной коммуникации между представителями СМИ и сотрудниками пресс-служб. Ключевые задачи исследования подразумевают выработку ответов на ряд вопросов: как сделать сюжет увлекательным, но при этом не исказить факты; как сделать материал доступным для понимания рядовому зрителю, но при этом сохранить суть. Новизна статьи заключается в проведенном опросе представителей телевизионных СМИ и научных организаций. Результаты исследования позволяют выработать практический алгоритм работы в жанре научного телевизионного репортажа, который представляет ценность для студентов творческих вузов и практиков медиа.

Ключевые слова: научно-популярный репортаж, медиа, новости, пресс-служба, жанр, журналист, интерпретация

Alexey E. Kvashenkin,

Senior Lecturer at the Department of Television and Radio Journalism, GTR
Film and Television School, 32A Khoroshevskoe Shosse, Moscow, 125284,

Russia, correspondent for the Main Editorial Office of Information and Information Analysis Programs at the Information Directorate of NTV JSC, a.kvashenkin@gmail.com

UDC 621.397.13

News Popular Science Report in the Context of Interaction Between the Media and the Press Service

Abstract. The subject of the research is related to the construction of reality through the media, since the popularization of science in film and video products is an organic continuation of the desire of the scientific community and enthusiasts to bring to the mass audience the knowledge accumulated by mankind over the entire period of history, as well as to inform about the latest achievements, as well as about the prospects for scientific and technological development. However, this aspiration is fraught with a number of creative and technical difficulties. The purpose of the article is to systematize the rules used by practitioners, which will allow the journalist to avoid common mistakes when preparing the material. Special attention is paid to the rules of effective communication between media representatives and press service staff. The key objectives of the study include the development of answers to a number of questions: how to make the plot fascinating, but not distort the facts; how to make the material understandable to the average viewer, but at the same time preserve the essence. The novelty of the article lies in the conducted survey of representatives of television media and scientific organizations. The research results allow us to develop a practical algorithm for working in the genre of scientific television reporting, which is valuable for students of creative universities and media practitioners.

Keywords: popular science reportage, media, news, press service, genre, journalist, interpretation

Введение

Научно-популярный телевизионный репортаж – жанр, балансирующий между срочностью новостей и глубиной научной достоверности. Он крайне востребован и соответствует, как сугубо практическим задачам выпуска (в частности, расширяет жанровое разнообразие эфира), так и государственной политике Российской Федерации как отчет о состоянии научно-технического развития страны⁴⁶. Кроме

⁴⁶ «Песков заявил, что популяризация науки невозможна без телевидения». ТАСС. 28.11.2021 URL: <https://nauka.tass.ru/nauka/13049085> (Дата обращения 30.05.2025)

того, одной из задач, объявленного в нашей стране в 2022 – 2031 годы Десятилетия науки и технологий, является «повышение доступности информации о достижениях и перспективах российской науки для граждан Российской Федерации»⁴⁷.

Проблемы в малом коллективе участников съемочного процесса – от неподготовленных корреспондентов до разорванной коммуникации между продюсерами и учеными – могут влиять на макрокосм общественного понимания науки. Однако научно-популярному новостному репортажу практически не уделено внимание в научных и научно-практических публикациях в специализированных журналах. **Актуальность статьи** обусловлена необходимостью выработки новых алгоритмов работы в жанре научно-популярного репортажа, способных превратить его в эффективный инструмент просвещения. **Цель этой публикации** – систематизировать, употребляемые практикующими специалистами, правила, которые позволят журналисту избежать распространенных ошибок при подготовке материала, правильно выстроить коммуникацию с источниками информации и максимально эффективно использовать полученный фактический, графический, аудио- и видеоматериал при подготовке научно-популярного репортажа к эфиру.

Пройдя путь от первых познавательных кинолент Ханжонкова до современных эфиров, научно-популярная журналистика демонстрирует неприглядную тенденцию: чем динамичнее репортаж, тем выше риск подмены фактов недопустимыми упрощениями. Специфика жанра научно-популярного новостного репортажа – хронометраж в несколько минут, высокий темп изложения материала и соблюдение стандартов новостного сюжета – отличают его от специфики производства научно-популярных фильмов [4].

В России первые учебные и научно-популярные (носившие тогда определение «познавательные») короткометражные кинокартины начали производиться еще в 1911 году. В компании «А. Ханжонков и Ко», принадлежащей Александру Ханжонкову, был учрежден Научный отдел под руководством Ивана Озерова. Следует отметить, что эти кинокартины рассматривались скорее как наглядное пособие, иллюстративную часть образовательного процесса, а не самостоятельный научно-познавательный продукт. При этом они пользовались большой популярностью, идею перенимали конкуренты: «Наши научные картины... вызывали подражание», указывал сам Александр Ханжонков [7, с. 68]. Возможность объективной кинофиксации стала важным средством документирования при научных изысканиях, причем позволяющим сохранять динамические процессы в их развитии, а также сохранять и воспроизводить изображение процессов, нерегистрируемых невооруженным глазом в обычных

⁴⁷ Указ Президента от 25 апреля 2022 года №231 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий» URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/47771> (Дата обращения 30.05.2025)

условиях. Например, в 1912 году биолог Владимир Лебедев (1882 – 1951) в фильме «Инфузория» впервые осуществил микрокиносъемку [1].

«Кинематографический способ записи изображения привел к появлению высокоскоростной и покадровой (цейтраферной) съемки, которые дали возможность фиксировать и исследовать процессы, протекающие в течение и очень малых, и очень больших промежутков времени. Возможности съемочной оптики позволили подробно показывать как динамику мельчайших объектов (макросъемка), так и «разглядывать» уникальные живые объекты, находящиеся на больших расстояниях от исследователей. Благодаря специальным киноплёнкам, чувствительным к инфракрасным или ультрафиолетовым лучам, киноаппарат смог показать даже невидимые для наших глаз процессы и явления. Появился новый вид кинематографа – научно-исследовательское кино»⁴⁸.

При этом уже на заре отечественного кинематографа, воодушевленные возможностями киноязыка, авторы первых работ экспериментировали и использовали весь доступный им инструментарий, чтобы делать научно-популярные работы зрелищными и привлекательными для зрителя. Использовались средства комбинированных съемок, анимации рисованной и объемной. В СССР первые попытки наладить серийное производство научно-популярных фильмов возобновились с 1920-х годов [3]. В 1931 году, в разгар индустриализации, на студии «Союзкинохроника» было запущено производство регулярного киножурнала «Наука и техника», который выпускался до 1995 г.⁴⁹

Параллельно с созданием отдельных (внецикловых) научно-популярных фильмов, киностудия занималась техническим обеспечением съемок по заданию правительства СССР (в частности, с 1949 г. вела регистрацию атомных испытаний). Позже в рамках журнала «Наука и техника», а также стартовавшего в 1957 г. детского киножурнала «Хочу все знать» студия развивала формат мини-фильмов и научно-популярных репортажей, накопив колоссальный объем хроникальных киноматериалов, а также технических и творческих наработок⁵⁰.

С появлением массового телевидения и его развитием жанр научно-популярного репортажа, тем не менее, не получил отдельного развития в рамках выпусков новостей. Потребность аудитории и государства в образовательном и просветительском контенте перекрывалась демонстрацией научно-

⁴⁸ Масуренков Д.И. (2014) Киностудии «Центрнаучфильм» 80 лет [Электронный ресурс] // MediaVision: журнал. URL: https://mediavision-mag.pro/uploads/01%202014/63-65%2301_2014.pdf (Дата обращения 17.11.2024)

⁴⁹ Сетевое издание «Музей ЦСДФ». «1 июля 1931 года в Москве образована Всесоюзная фабрика кинохроники „Союзкинохроника“» [Электронный ресурс] // URL: <https://csdfmuseum.ru/history/190-01-июля-1931-года-в-москве-образована-всесоюзная-фабрика-кинохроники-союзкинохроника> (Дата обращения 17.11.2024)

⁵⁰ Масуренков Д.И. (2014) Киностудии «Центрнаучфильм» 80 лет [Электронный ресурс] // MediaVision: журнал. URL: https://mediavision-mag.pro/uploads/01%202014/63-65%2301_2014.pdf (Дата обращения 17.11.2024)

популярных картин, а также регулярными выпусками телепередач, имевших строгое тематическое деление. Следует отметить, что такие программы, как «Очевидное-невероятное» (1973 – 2012)⁵¹, «В мире животных» (1968 – 2019)⁵² и «Клуб путешественников» (1960 – 2003)⁵³, пользовались популярностью у советской аудитории.

В отличие от телепередач и документальных фильмов, в новостных выпусках Центрального Телевидения СССР научно-популярная тематика была представлена ограниченно как тематически, так и по хронометражу. Подобные сюжеты вплоть до распада Советского Союза были подчинены единственной цели – отчету о достижениях научно-технического прогресса и редко выходили за пределы констатации новостного события (например, старт очередной миссии космонавтов, пуск атомного реактора или завода, успешное завершение экспедиции и т. п.). Другая ипостась – отчетный теледокумент о достижении результата производственным предприятием или индустриальным направлением (досрочное выполнение пятилетки, выпуск юбилейного количества продукции), а также констатация итогов сельскохозяйственного сезона.

Если выделять научно-популярный новостной репортаж в реалиях современного российского ТВ, следует отметить предпосылки и условия его существования:

- Запрос со стороны государства на демонстрацию научно-технических достижений, новых образовательных векторов и развития российской науки в целом.
- В то же время, существует общемировая тенденция обращаться к научно-популярным темам в новостных выпусках несистемно и спорадически и уделять небольшую часть эфира их освещению [9, с. 18].

Огромное количество научно-популярного видеоконтента, производимого:

- специализированными российским и зарубежными телестудиями;
- неспециализированными студиями и телеканалами;

⁵¹ По какой причине закрылась самая популярная телепередача о науке «Очевидное-невероятное». Парламентская газета [Электронный ресурс] // URL: <https://www.pnp.ru/social/po-kakoy-prichine-zakrylas-samaya-populyarnaya-teleperedacha-o-nauke-ochevidnoe-neveroyatnoe.html> (Дата обращения 17.11.2024)

⁵² Наймушин И. «В мире животных»: 55 лет назад телезрители увидели первый выпуск программы. Межгосударственная телерадиокомпания «Мир» [Электронный ресурс] // URL: <https://mir24.tv/news/16549281/v-mire-zhivotnyh-55-let-nazad-telezriteli-uideli-pervyi-vypusk-programmy> (Дата обращения 17.11.2024)

⁵³ История "Клуба кинопутешествий": за железный занавес, не вставая с дивана. Русское географическое общество [Электронный ресурс] // URL: <https://rgo.ru/activity/redaction/news/istoriya-kluba-kinoputeshestviy-za-zheleznyy-zanaves-ne-vstavaya-s-divana/> (Дата обращения 29.03.2025)

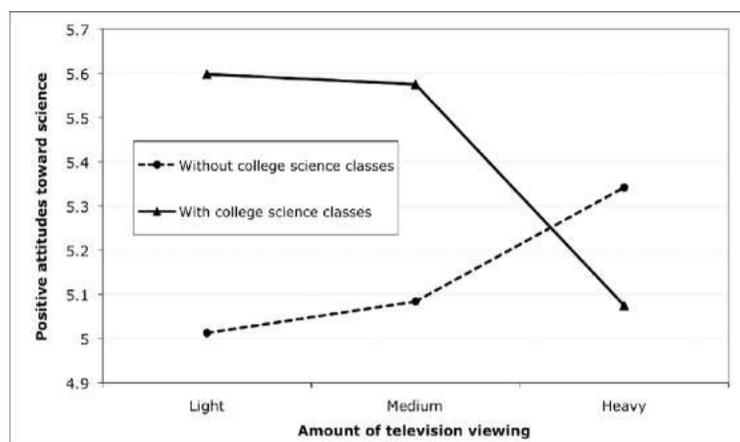
- блогерами и популяризаторами науки, размещаемыми на видеохостингах [6].

Архив научно-популярного контента, произведенного в XX – начале XXI в., оцифрован и выложен на интернет-хостинги или доступен для скачивания через систему torrent.

На фоне такого колоссального объема едва ли не единственное конкурентное преимущество научно-популярного телевизионного видеорепортажа – его актуальность, являющаяся одним из определяющих критериев новостного сюжета [8, с. 128]. Вместе с тем важными творческими составляющими являются его зрелищность и доступность для понимания аудитории. [6] А с точки зрения основных принципов журналистики – достоверность и верификация изложенной информации [14, с. 70]. Научно-популярный телевизионный сюжет должен соответствовать базовым принципам репортажа: быть актуальным, зрелищным, доступным и достоверным [2, с. 30]. В органичном сочетании этих параметров научно-популярного сюжета кроется одна из главных проблем его производства. Опасность искажения фактов при освещении в научно-популярных телевизионных форматах следует из данных, полученных при исследовании 1985 года Джорджем Гербнером и его коллегами [12].

Проведенное в 2006 году исследование группы американских ученых (Anthony Dudo, Dominique Brossard, James Shanahan, Dietram A. Scheufele, Michael Morgan, and Nancy Signorielli) подтвердило эти выводы: «Основываясь на идее, что телевидение на тот момент было самым популярным каналом получения аудиовизуальной информации, они выдвинули и подтвердили гипотезу, что постоянные телезрители с большей вероятностью будут придерживаться представлениям о мире, соответствующим тому, что они увидели по телевизору» [10, с. 755].

Таким образом, несмотря на прошедшие с момента предыдущего исследования 25 лет, мировоззрение телезрителей по-прежнему коррелирует с той точкой зрения, которую узнают из телепередач. Причем, чем ниже уровень профессионального образования – тем выше эта корреляция. Наглядно в исследовании это проиллюстрировано в иллюстрации 1.



Илл. 1. Курсы естественных наук в колледже, использование телевидения и позитивное отношение к науке (шкала диапазоны отображаются лишь частично по оси Y) [10, с. 768]

Опрос экспертов. Выявление ошибок в материале

Эту проблему наглядно демонстрируют результаты опроса, проведенного нами во время Семинара-совещания с пресс-службами научных организаций РАН РФ по информационной политике и взаимодействию со СМИ 18 июня 2024 года, а также во время Итогового семинара-совещания по информационной политике Министерства науки и Высшего образования РФ 12-14 декабря 2024 года. Участниками опроса стали руководители и сотрудники пресс-служб российских научных организаций и вузов, принимавшие участие в семинарах. Опрос проведен анонимно, онлайн, с применением облачного сервиса для проведения опросов. Выбрать можно было несколько из представленных вариантов. Вопросы, заданные респондентам, были сформулированы следующим образом:

Большинство сюжетов, снятых при вашем участии:

- 1. Не содержали ошибок и были интересными*
- 2. Не содержали ошибок, но их было скучно смотреть*
- 3. Содержали некоторые ошибки, но были интересными*
- 4. Кошмар! Сплошные ошибки!*

При анализе данных мы использовали следующую интерпретацию вопросов:

Кодировка		
Формулировка в опросе	Интерпретация	
	Ошибки	Интерес
Не содержали ошибок и были интересными	0	1
Содержали некоторые ошибки, но были интересными	1	1
Не содержали ошибок, но их было скучно смотреть	0	0
Кошмар! Сплошные ошибки!	1	0

Таблица 1. Интерпретация опросов

В опросе приняли участие 102 руководителя и сотрудника пресс-служб научных организаций и высших учебных заведений Министерства науки и высшего образования РФ.

Количественный анализ	
Опрошенных	102
Всего ответов	122
Мультиответов	35
Человек, давших мультиответы	14

Таблица 2. Количество респондентов и ответов

Ответы на вопросы распределились следующим образом:

Распределение ответов	
Вопросы	Количество ответов
Не содержали ошибок и были интересными	26
Не содержали ошибок, но их было скучно смотреть	32
Содержали некоторые ошибки, но были интересными	57
Кошмар! Сплошные ошибки!	7

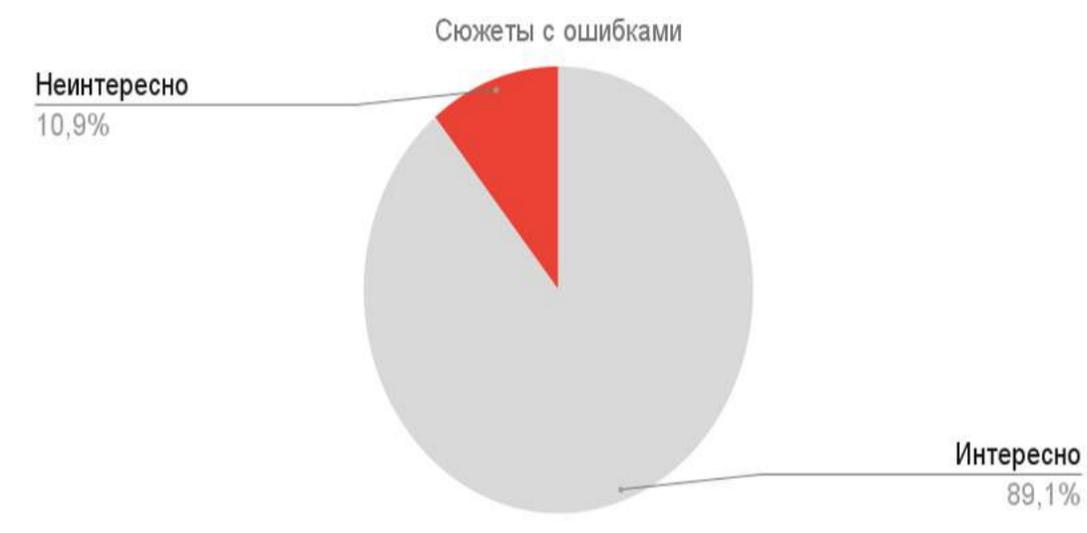
Таблица 3. Результаты опроса по вариантам ответов (количественно и в процентах)

Ответы помогли установить, какое количество опрошенных считают большинство созданных при их содействии информационных материалов интересными, а также содержащими фактические ошибки.

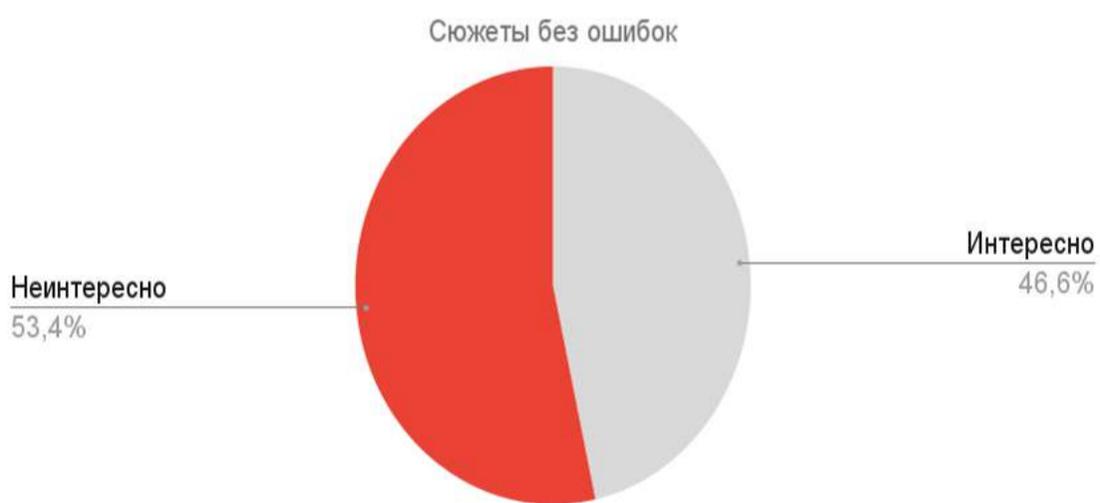
Распределение ответов				
	Нет ошибок	Есть ошибки	Неинтересно	Интересно
Количество	58	64	38	84
Доля от всех ответов	47,54 %	52,46 %	31,15 %	68,85 %

Таблица 4. Результаты опроса по критериям «содержание ошибок» и «интересность».

Расчет коэффициента корреляции Пирсона для полученных в опросе данных показал результат 0,458. Больше половины ответов (68,9 %), отметили большинство подготовленных сюжетов как «интересные».



Илл. 2. Распределение по критерию «интересно» в ответах, указывающих на наличие ошибок в репортажа.



Илл. 3. Распределение по критерию «интересно» в ответах, указывающих на отсутствие ошибок в репортажах.

Эти результаты можно трактовать следующим образом: в интересных сюжетах вероятность фактических ошибок выше, чем в неинтересном. Однако, при условии выбора варианта с отсутствием ошибок, почти половина респондентов отметили (в 46,6 % случаев), что сюжеты получаются интересными. При этом следует учитывать, что критерии «интересности» субъективны и индивидуальны; они определены в рамках опроса специалистами научных и образовательных учреждений, а не аудиторией медиа.

Таким образом, мы получили следующую картину:

- Большинство журналистских материалов, подготовленных при взаимодействии со структурами РАН, содержали те или иные ошибки.
- Есть организации, которым удалось выстроить работу так, чтобы не допускать ошибок со стороны СМИ.
- Между наличием ошибок и тем, насколько интересен сюжет, есть слабая положительная связь.

Опрос показал, что зрелищность и доступность информации не обязательно подразумевают искажение фактуры. Тем не менее, именно фактические ошибки являются наиболее болезненной и чаще всего встречающейся проблемой для научных организаций в работе со СМИ.

Факторы, влияющие на искажение фактов

Для получения более развернутой и подробной картины автором этой статьи были опрошены руководители пресс-служб научных организаций и вузов разного профиля с целью выявить основные проблемы и типичные ошибки журналистов, с которыми они сталкивались при взаимодействии со СМИ при подготовке научных репортажей. Фрагменты ответов приведены ниже в статье с сохранением орфографии и пунктуации. Одной из самых распространенных проблем называется тот факт, что журналист приезжает на съемку неподготовленным, нередко он не обладает даже общим представлением о теме, на которую ему предстоит сделать телевизионный сюжет.

Паевский Алексей Сергеевич, руководитель пресс-службы ФИЦ ПХФ и МХ РАН: *«Главная проблема – это нежелание журналиста разобраться в том, о чем он снимает или желание его „подогнать“ под шаблон. Главная ошибка – что журналисту некогда готовиться к работе, он даже не пытается заранее спросить о сути научных работ, сделать пресс-службу своим партнером. И плюс – примат картинки над смыслом. Ну и погоня за громкими заголовками».*

Моисеева Дина Сергеевна, начальник отдела тематической информации Управления информационной политики МФТИ: *«Корреспондент приехал на съемку неподготовленный – тему не*

знал, научный релиз по разработке не читал. Съемка началась со слов корреспондента: „Ну, рассказывайте, что за чудо-хрень вы тут изобрели“? Вишенка на торте – неправильная расшифровка на сайте: „Надеемся, что у нас получится, что результаты инсилики (имелось в виду In silico моделирование) подтвердятся хотя бы частично“».

Волошин Олег Вячеславович, руководитель пресс-службы ИМБП РАН: *«Первая (проблема – прим. авт.) – плохая подготовка журналиста. Не знает темы, про которую будет снимать сюжет, иногда – совсем, даже про институт, куда приехал».*

Решение этой проблемы научный пресс-секретарь Университета Северной Каролины Мэттью Шипман видит на стороне научной организации: он предлагает ученому «не пожалеть времени и объяснить, почему вопрос журналиста не имеет отношения к исследованию» или самому взять инициативу в диалоге и рассказать о том, что он считает более важным [14, с. 71]. Однако даже при таком подходе нельзя отрицать, что недостаточная подготовка журналиста к съемке – это его недоработка, которую следовало бы устранить еще на этапе продюсирования сюжета. Вторая широко распространенная проблема заключается в том, что журналист обращается в научную организацию уже с заранее сформулированной, «придуманной» автором, его продюсером или руководителем темой, которая не всегда соответствует действительности. И в последующей работе не корректирует ни тему, ни наполнение сюжета, пытаясь подстроить отснятый материал под полученное редакционное задание. Следует отметить, что руководители пресс-служб отдельно отмечают, как часто встречающуюся, несогласованную работу продюсера, организующего съемки, и корреспондента, непосредственно работающего на месте.

Фрумкин Константин Григорьевич, начальник отдела по работе со СМИ НИЯУ МИФИ: *«Телевидение в большинстве не интересуют темы идущих в НИЯУ МИФИ научных исследований как слишком далекие от интересов широкой и не самой образованной публики; экспертов МИФИ используют в основном для комментирования вопросов, не имеющих отношения к деятельности университета, а близких к быту (например „сушка белья“, „погода осенью“».*

Волошин Олег Вячеславович, руководитель пресс-службы ИМБП РАН: *«Вторая (проблема – прим. авт.) – разрыв связи между продюсером и собственно журналистом, который приезжает. Т.е. у продюсера одна „картинка“ и представление о сюжете, а у журналиста – свое. Приходится мне уже на месте объяснять, что же на самом деле они хотят снимать».*

Усенкова Марина Геннадьевна, начальник управления медиакоммуникаций департамента информационной политики НИУ «БелГУ»: *«Характерная проблема, с которой нередко сталкивалась*

наша пресс-служба, состоит в несогласованности решений редактора программы и корреспондента. Журналист, приезжающий на съемки, не получает полноценного задания или полученное им задание разнится с тем, что проговаривалось пресс-службой вуза предварительно с редактором программы».

С точки зрения журналиста, корни описанных выше проблем понятны. Научная организация – первоисточник информации, и ее носителем, как правило, является научный сотрудник или специалист, обладающий обширными знаниями в области, которой принадлежит тема, освещаемая журналистом. В свою очередь, сотрудник СМИ (за редким исключением) не обладает специализированными знаниями в этой области, но он выполнить редакционное задание, тем не менее, он обязан. «Редакторы верят в способность хорошего неспециализированного журналиста освещать любые темы» [11, с. 16]. При этом поводом для начала работы над сюжетом нередко служит не выверенный пресс-релиз или верифицированная новость, размещенная на сайте самой научной организации, а уже опубликованная в других СМИ или информагентствах информация, которая бывает искажена или неверно интерпретирована сотрудником редакции.

Ситуация также нередко осложняется тем, что представитель научной организации в диалоге с журналистом и во время интервью пользуется специфической профессиональной терминологией и не учитывает, что многие из описываемых явлений или технических подробностей не будут поняты аудиторией в том виде, в каком он рассказал в интервью. «Знание никогда не передается просто, оно всегда интерпретируется» [13, с. 192]. И журналист вынужден брать на себя роль переводчика с «научного» языка на общеупотребимый.

В результате происходит своего рода атрофия информации, ее выхолащивание на двух этапах:

- Журналист воспринимает информацию упрощенно или даже искаженно в силу недостатка специфических знаний в освещаемой теме.
- Журналист пытается еще более упростить эту информацию, излагая ее аудитории.

Гохгут Кирилл Андреевич, начальник управления по связям с общественностью НИЦ "Курчатовский институт": *«„Трудности перевода“: необходимость найти компромисс между научной строгостью, которую требуют некоторые спикеры, и доступностью материала, которая необходима в сюжете. Как частный случай – стремление журналистов/редакторов использовать чрезмерно „громкие“ („кликабельные“) заголовки и подводки».*

Отягчающим фактором второго этапа для научно-популярного репортажа является хронометраж сюжета: в новостном выпуске его длительность редко превышает 5-6 минут, в среднем же колеблется в

диапазоне 3-4 минуты. То есть журналист допускает упрощения не только чтобы донести суть в более понятной форме, но, и чтобы уложиться в заданный ему редакцией хронометраж.

Волошин Олег Вячеславович, руководитель пресс-службы ИМБП РАН: *«В короткий сюжет просто невозможно включить большой объем научной информации (который был получен журналистом при записи интервью), и зачастую от длинной речи спикера остается короткий «огрызок», вырванный из контекста. При этом с нашей стороны уже нет возможности повлиять на корректность „обрезки“, т.к. эфир делается уже без нашего участия».*

Фрумкин Константин Григорьевич, начальник отдела по работе со СМИ НИЯУ МИФИ: *«Тайминг, характерный для телепередач в большинстве случаев не позволяет объяснить научные проблемы сколько-то подробно и на сколько-то нормальном уровне – эксперты просто не успевают. Сверхкороткие „синхроны“ не соответствуют сложности научной темы».*

Гохгут Кирилл Андреевич, начальник управления по связям с общественностью НИЦ "Курчатовский институт": *«„Острые“ ситуации касались не „качества“, а „количества“ информации. Это были случаи, когда журналисты максимально использовали спикера, задавали много вопросов и тратили значительное время спикера, в итоге включая в сюжет 1-2 реплики. Реакция спикера – обида и отказ от последующих съемок. Не имеют типового решения. Иногда спикер заранее интересуется тем, сколько времени он может быть в кадре. И тогда мы договариваемся с авторами о вероятном «объеме» его присутствия. В остальных случаях это наша коммуникативная задача: объяснить ученым специфику телевизионного процесса».*

Здесь интересна рекомендация М. Шипмана: понимая специфику короткого «синхрона» в продолжительностью в 5-15 секунд эфире американского ТВ (в реалиях российского ТВ более распространена длительность 15-20 секунд), он предлагает спикеру самому выделять самое важное в интервью: «Ученые могут как бы „помечать“ такие цитаты в речи, предваряя их словами вроде: „ключевой момент здесь...“ или „важно отметить, что...“. Это особенно полезно для телевидения, где сюжет монтирует обычно совсем не тот, кто брал интервью. Такой человек просто ищет хорошую цитату, и замечания вроде «это важно» работают для него как огромная неоновая вывеска „ВОЗЬМИ ЭТУ ЦИТАТУ“» [14, с. 74].

Следует отметить, что оперативность и срочность подготовки материала к эфиру не может и не должна оправдывать фактические ошибки и грубые искажения в тексте сюжета. Это прямо противоречит п.5 Глобальной хартии этики журналистов: «Понятие срочности или безотлагательности распространения материала не должно превалировать над проверкой фактов, источников и/или

возможностью предоставления ответа на распространенные данные»⁵⁴. В этих условиях большое значение имеет грамотная работа сотрудника пресс-службы научной организации. В его силах и возможностях обеспечить проверку фактов на этапе написания журналистом текста телевизионного сюжета, а также верификацию корректности использованных фрагментов интервью («синхрон» в контексте сюжета). Однако, как правило, редакции и журналисты не пользуются этой возможностью, ссылаясь на оперативность подготовки материала к эфиру или внутренние правила компании, не позволяющие предоставлять готовый сюжет до выхода его в эфир. И это сложный момент во взаимодействии сторон.

Исследователь научной журналистики Ханс Петер Петерс отмечает, что редакции в большинстве своем стараются достоверно передавать полученную от источника информацию, но «критически относятся к тем требованиям источников, которые воспринимают как цензуру. Ученые же подлинными авторами материала считают себя и хотели бы контролировать весь процесс коммуникации, поскольку именно от них исходит сообщение, которое должно быть передано аудитории» [5]. Мнение немецкого ученого подтверждают и представители российских научных организаций:

Волошин Олег Вячеславович, руководитель пресс-службы ИМБП РАН: *«В случае с новостными сюжетами страховки практически не существует, т.к. подготовка и монтаж сюжета проходит без нашего участия. Единственные корректировки, которые нам доступны – это правильные титры спикеров. Полноценная „страховка“ есть только в случае с документальным кино. У нас есть возможность увидеть ту часть, где есть наши специалисты, внести коррективы в закадровый текст».*

Фрумкин Константин Григорьевич, начальник отдела по работе со СМИ НИЯУ МИФИ: *«Единственный способ повысить корректность – подробно брифовать журналистов перед началом съемок. Тут большая ответственность лежит на сотруднике пресс-службы, который должен сам обладать достаточно глубоким знанием темы и организовать общение журналиста с ученым до начала съемок».*

Гохгут Кирилл Андреевич, начальник управления по связям с общественностью НИЦ "Курчатовский институт": *«Основное решение – наличие пула спикеров по основным направлениям, которые умеют говорить просто о сложном (оптимально – если к тому же им самим нравится давать интервью). Но все темы закрыть таким пулом невозможно».*

⁵⁴ Глобальная хартия этики журналистов. 12 июня 2019 г., Тунис [Электронный ресурс] //: <https://ruj.ru/site/public/files/29/28448-dd45d2d6380d8b12f681181a8f1d3e93.pdf> (Дата обращения 17.11.2024)

Некоторые организации «страхуются» от некорректных сюжетов более грубыми инструментами: предпочитают работать с хорошо зарекомендовавшими себя СМИ или отдельными сотрудниками, формируют «черные» и «белые» списки журналистов. Существуют организации, у которых в «стоп-листе» находятся даже целые каналы, с которыми сотрудничество прекращено в принципе.

Усенкова Марина Геннадьевна, начальник управления медиакommunikаций департамента информационной политики НИУ «БелГУ»: *«На региональном ТВ – ВГТРК Белгород выстроена работа с одним журналистом, который специализируется на научной тематике. С ним как правило все обговаривается заранее. Он предварительно изучает пресс-релиз нашей редакции, поэтому хорошо ориентируется в теме. На ВГТРК Белгород таким журналистом является выпускница НИУ „БелГУ“. Ее репортажи пользуются популярностью у белгородцев. Сюжеты о науке весьма доступны широкой зрительской аудитории. Она всегда убедительна».*

Паевский Алексей Сергеевич, руководитель пресс-службы ФИЦ ПХФ и МХ РАН: *«Сейчас у нас есть черный и белый список, в случае с новыми передачами / блогерами / форматами – рискуем, но запрашиваем полный сценарный план, список вопросов и примеры вышедших передач. Уже по этому перечню видно, стоит ли иметь дело».*

Волошин Олег Вячеславович, руководитель пресс-службы ИМБП РАН: *«В большинстве случаев страховкой для нас является, в определенном смысле, уникальное положение и возможности ИМБП, по части новостного тематического контента (человек и космос), и журналисты/продюсеры обычно хорошо понимают, что в случае серьезных „косяков“ их просто больше не пригласят».*

Моисеева Дина Сергеевна, начальник отдела тематической информации Управления информационной политики МФТИ: *«Просим высылать на согласование материал. Делают это не все. Отдельная категория журналистов, которые снимают людей (для комментария – прим. автора), а потом вообще не выдают сюжет. Еще один метод защиты – ставим редакцию на стоп, вносим в „черный список“».*

Ограничивая возможности освещения своей деятельности и достижений, организации таким образом сокращают риск возможных репутационных потерь. Образно говоря, из двух зол выбирают меньшее.

Алгоритм работы в жанре научного телевизионного репортажа

Исходя из вышеизложенного, журналисту, работающему в жанре научного телевизионного репортажа, нужен гайдлайн, последовательный алгоритм действий, результатом которого станет, с

одной стороны, наполненный достаточным видеорядом и интересный зрителю сюжет, с другой стороны, не содержащий фактических ошибок и искажений.

Подготовительный этап:

- Прямой контакт журналиста и представителя научной организации. Как уже было установлено, формат работы, при котором до съемки с пресс-службой общается только продюсер, может приводить к искаженному представлению темы автором сюжета.
- Журналист обязан запросить информационные материалы по теме напрямую у организации, в которой будут проводиться съемки. Информация из других источников может содержать искажения фактуры.
- Ознакомление с этими материалами и их анализ – обязательное условие для общего понимания темы.
- Журналист заранее должен запросить видеоматериалы, которые могут проиллюстрировать тему сюжета и имеющиеся в распоряжении научной организации. Это могут быть архивные записи, технические съемки, проводимые в ходе экспериментов, компьютерная визуализация, а также собственные промо-материалы организации. Обязательно уточнить, как эти материалы должны быть протитрованы.
- В некоторых случаях возможно запросить принципиальные схемы, чтобы на их основе сделать достоверную компьютерную визуализацию устройства или процессов, в ней протекающих.
- Журналист может обсудить предстоящие локации съемки и список интервьюируемых. Пресс-служба может по запросу журналиста расширить круг спикеров, и локаций, что положительно скажется на том, как сюжет будет выглядеть в эфире.
- Также заранее следует обсудить, какие объекты могут стать предметом съемки. Демонстрация научного оборудования и артефактов, а также имеющих значение в рамках темы сюжета документов или изображений, могут стать дополнительным иллюстративным материалом или использованы автором сюжета при записи стендапа.

На этапе съемки:

- Запланировать время для осмотра локаций и предмета съемки. При необходимости скорректировать план съемки относительно предварительного.

- Необходимо присутствие сотрудника пресс-службы во время всего процесса видеосъемки. Он может оперативно решить любые организационные вопросы, возникающие по ходу съемки.
- Сотрудник пресс-службы в состоянии оперативно уточнить фактуру, помочь автору с пониманием материала, предоставить (обязательно в письменном виде – на бумаге, по электронной почте или в мессенджере) точные данные для титров: ФИО и полная должность спикера, корректное название организации и ее структурного подразделения или отдела. Обязанность журналиста – уточнить эти данные на месте.
- Сотрудник пресс-службы или сотрудники научной организации могут выступить в качестве консультантов при подготовке записи стендапа, что убережет от ошибок, которые невозможно исправить на последующих этапах производства видеосюжета.
- При этом журналист не должен допускать ситуацию, когда сотрудник пресс-службы навязывает автору свое видение, каким именно должен быть сюжет, а также включать в пул спикеров лиц, исходя из внутренних корпоративных целей организации.
- Журналист должен получить исчерпывающее представление о том, как отснятый им видеоматериал может иллюстрировать эпизоды его сюжета. Это нужно во избежание ситуаций, когда видеоряд не соответствует тексту, что приводит к искажению восприятия репортажа в целом.

На этапе написания текста и монтажа:

- Журналист должен иметь прямой контакт с сотрудником пресс-службы или представителем научной организации, чтобы провести фактчек написанного материала и того, насколько корректно использованы фрагменты интервью «синхроны».
- В стремлении упростить текст, сделать его более доступным для массовой аудитории, журналист не должен допускать искажения научной информации. Взаимодействие с представителем научной организации на этом этапе нередко очень полезно: часто упрощенные аналогии уже выработаны в НИИ, например, в образовательных или научно-популярных целях. Визуализация таких аналогий нередко очень благотворно сказывается на общем восприятии сюжета.
- Журналист должен непосредственно присутствовать на монтаже и следить за соответствием видеоряда закадровому тексту и синхронам.
- Журналист должен использовать весь доступный ему видеоматериал, полученный при подготовке сюжета, чтобы разнообразно и грамотно иллюстрировать свой закадровый текст или фрагменты интервью.

- При использовании собственного архива или других видеоматериалов, которыми иллюстрируется репортаж, автор должен убедиться, что эти кадры действительно соответствуют закадровому тексту и их совмещение не будет ошибкой.
- Во время фактчека, журналист, тем не менее, не должен позволять, чтобы представители НИИ диктовали свое видение сюжета или выполнять требования, продиктованные исключительно внутрикорпоративными интересами научной организации.

Заключение

В ходе работы мы выяснили, что основные претензии научных организаций предъявляются не к форме подачи материала, а к соблюдению достоверности и вниманию к фактуре. Критерий «интересно или нет» субъективен и не может быть поставлен во главу угла. Тем не менее, репортаж должен быть не только информативным, но и доступным аудитории. Здесь не последнюю роль играет эрудиция самого автора и степень его подготовленности к теме сюжета. Если в короткий срок принципиально изменить первое невозможно, то второе достигается обстоятельным подходом к подготовке создания видеосюжета.

Достижение главных качеств научно-популярного телевизионного репортажа: актуальность, зрелищность, доступность и достоверность – возможно. При этом приоритет, безусловно, остается за достоверностью изложения фактов. Главный инструмент для соблюдения этого параметра – налаженная работа с представителем научной организации, при участии которой сюжет готовится к эфиру. В свою очередь, журналист обязан обеспечить себе достаточное количество видеоряда (как собственного, так и приобретенного), чтобы визуальная часть репортажа не уступала текстовой.

Описанный нами алгоритм может служить «дорожной картой» тех действий, которые позволят избежать значительной части проблем при подготовке научно-популярного репортажа. Следование описанным в этом гайдлайне пунктам не увеличивает время подготовки сюжета к эфиру, но оптимизирует порядок действий. При этом соблюдение этого алгоритма никак не влияет на творческую свободу автора в его стремлении сделать сюжет понятным и интересным для аудитории.

Литература

1. Александров Е. В. Естествоиспытатели и научный кинематограф России в предреволюционный период (научный отдел фирмы А.А. Ханжонкова) // Жизнь Земли. 2020. Т. 42, № 3. С. 355–368.
2. Гаврилов К. В. Как делать сюжет новостей и стать медиатором // СПб.: Амфора. ТИД Амфора, 2007. 299 с.

3. Головнева Е. В., Головнев И.А. Научные поиски в советской кинематографии 1920-х–1930-х годов. (Метод «параллельной кинозасъемки» Анатолия Терского) // Наука телевидения. 2022. 18 (4). С. 151–170.
4. Кузнецов Г. В. и др. Учебник. 4-е издание // Редколлегия: Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. М.: Изд-во МГУ, Изд-во «Высшая школа», 2002. 304 с.
5. Петерс Х., Ученые как общественные эксперты. Ожидания и ответственность // под ред. М. Букки и Б. Тренча. перев. с англ. М.: Альпина Нон-Фикшн, 2018. 592 с.
6. Поданева Е. С. Научная популяризация в интернете: эксперименты с новыми форматами (опыт создания видеопроектов о науке) [Электронный ресурс] // Журналистский ежегодник. 2017. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchnaya-populyarizatsiya-v-internete-eksperimenty-s-novymi-formatami-opyt-sozdaniya-video-proektov-o-nauke> (Дата обращения: 01.12.2024).
7. Ханжонков А. А. Первые годы русской кинопромышленности. Воспоминания. М., Искусство, 1937. 172 с.
8. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2004. 349 с.
9. Bucci M., Trench B. Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology. Third Edition. Routledge, 2021.
10. Dudo A., Brossard D., Shanahan J., Scheufele D., Morgan M., Sighorielli N., (2011) Science on Television in the 21st Century: Recent Trends in Portrayals and Their Contributions to Public Attitudes Toward Science. *Communication Research / Sage Publishing* URL: https://www.researchgate.net/publication/224818307_Science_on_Television_in_the_21st_Century_Recent_Trends_in_Portrayals_and_Their_Contributions_to_Public_Attitudes_Toward_Science
11. Dunwoody S. Science Journalism: Prospects in the Digital Age. Под ред. Bucci M., Trench B. Routledge, 2021.
12. Gerbner G. Mass Media Discourse: Message System Analysis as a Component of Cultural Indicators., *Discourse and Communication* (Pp. 13–25). Berlin: Walter de Gruyter & Company. Reprinted in 2000 by J. Hartley & R. E. Pearson.
13. Horst M., Davies S. Science Communication as Culture: A Framework for Analysis. Под ред. Bucci M., Trench B. Routledge, 2021.
14. Shipman M. Handbook for Science Public Information Officers, The University of Chicago Press, 2015.

References

1. Aleksandrov E. V. Estestvoispytateli i nauchnyj kinematograf Rossii v predrevolyucionnyj period (nauchnyj otdel firmy A.A. Hanzhonkova) [Naturalists and Scientific Cinematography of Russia in the Pre-revolutionary

- Period (Scientific Department of A.A. Khanzhonkov's Firm)] // *Zhizn' Zemli*. 2020. Vol. 42, № 3. Pp. 355–368. (in Russian)
2. Gavrilov K. V. *Kak delat' syuzhet novostej i stat' mediatvorcom* [How to Make a News Story and Become a Media Creator] / SPb.: Amfora. TID Amfora, 2007. 299 p. (in Russian)
3. Golovneva E. V., Golovnev I. A. *Nauchnye poiski v sovetskoj kinematografii 1920-h–1930-h godov. (Metod «parallel'noj kinozas'emki» Anatoliya Terskogo)* [Scientific Research in Soviet Cinematography of the 1920s–1930s. (The Method of "Parallel Cinematography" by Anatoly Tersky)] // *Nauka televideniya*. 2022. 18 (4). Pp. 151–170. (in Russian)
4. Kuznecov G. V. i dr. *Uchebnik. 4-e izdanie* [Textbook. 4th Edition] // Redkollegiya: G.V. Kuznecov, V.L. Cvik, A.YA. YUrovskij. M.: Izd-vo MGU, Izd-vo «Vysshaya shkola», 2002. 304 p. (in Russian)
5. Peters H., *Uchenye kak obshchestvennye eksperty. Ozhidaniya i otvetstvennost'*. [Scientists as Public Experts. Expectations and Responsibilities] // pod red. M.Bukki i B.Trencha. perev. s angl., M.: Al'pina Non-Fikshn, 2018. 592 p. (in Russian)
6. Podaneva E. S. *Nauchnaya populyarizaciya v internete: eksperimenty s novymi formatami (opyt sozdaniya videoproektov o nauke)* [Scientific Popularization on the Internet: Experiments with New Formats (Experience in Creating Video Projects about Science)]. *Zhurnalistskij ezhegodnik*. 2017. №6. URL: https://www.researchgate.net/publication/224818307_Science_on_Television_in_the_21st_Century_Recent_Trends_in_Portrayals_and_Their_Contributions_to_Public_Attitudes_Toward_Science (accessed 01.12.2024). (in Russian)
7. Hanzhonkov A. A. *Pervye gody russkoj kinopromyshlennosti. Vospominaniya*. [The Early Years of the Russian Film Industry. Memories]. M., Iskusstvo, 1937. 172 p. (in Russian)
8. Cvik V. L. *Televizionnaya zhurnalistika: Istoriya, teoriya, praktika: Uchebnoe posobie*. [Television Journalism: History, Theory, Practice: a Textbook]. M.: Aspekt Press, 2004. 349 p. (in Russian)
9. Bucci M., Trench B. *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology*. Third Edition. Routledge, 2021.
10. Dudo A., Brossard D., Shanahan J., Scheufele D., Morgan M., Sighorielli N., (2011) *Science on Television in the 21st Century: Recent Trends in Portrayals and Their Contributions to Public Attitudes Toward Science. Communication Research / Sage Publishing* URL: https://www.researchgate.net/publication/224818307_Science_on_Television_in_the_21st_Century_Recent_Trends_in_Portrayals_and_Their_Contributions_to_Public_Attitudes_Toward_Science
11. Dunwoody S. *Science Journalism: Prospects in the Digital Age*. Под ред. Bucci M., Trench B. Routledge, 2021.

12. Gerbner G. Mass Media Discourse: Message System Analysis as a Component of Cultural Indicators., Discourse and Communication (Pp. 13–25). Berlin: Walter de Gruyter & Company. Reprinted in 2000 by J. Hartley & R. E. Pearson.
13. Horst M., Davies S. Science Communication as Culture: A Framework for Analysis. Под ред. Bucci M., Trench B. Routledge, 2021.
14. Shipman M. Handbook for Science Public Information Officers, The University of Chicago Press, 2015.

Минлишев Роман Эрнстович,

доцент и декан кафедры кинотелеоператорского мастерства Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское ш., 32А, РИНЦ SPIN: 5850-9097, minlishevroman@yandex.ru

Незванов Павел Александрович,

аспирант кафедры теории и истории культуры Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское ш., 32А, paulinawilling@yandex.ru

УДК 7.017.9 + 791.43

Инновации в операторских решениях в зарубежных стриминговых сериалах

Аннотация: насущная практическая проблема гармоничного синтеза технологий и авторского замысла кинематографистов составляет *предмет настоящего исследования*. Стремительный рост производства в эпоху стриминга влияет на развитие технического оснащения, это особенно заметно в изменении съемочных технологий, что непосредственно затрагивает сферу профессиональной деятельности операторов. Подробное рассмотрение зарубежного опыта является *актуальным*, так как он представляет последние достижения ведущих, наиболее обеспеченных финансами и кадрами транснациональных медиахолдингов, следовательно, наиболее полно отражает ситуацию в отрасли в целом, на что ориентируются и отечественные производители. При разработке статьи использованы аналитический и сравнительно-исторический методы, что позволяет точно устанавливать тенденции творческого взаимодействия авторов киноконента с технологическими открытиями. *Цель исследования* – анализ роли инноваций в формировании современного операторского решения при создании сериала. В качестве *эмпирической базы* выбраны популярные сериалы стриминговых платформ, таких как Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Max, отмеченные профессиональным сообществом престижными наградами. *В результате исследования* утверждается положение о сущностной неизменности культуры кинооператора при переходе на массовое производство сериалов, но увеличении возможностей воплощения замыслов благодаря технико-технологическому прогрессу.

Ключевые слова: кинематограф, технология, сериал, стриминговый сервис, культура, операторское искусство

Roman E. Minlishev,

Associate Professor and Dean of the Cinematography Department, GITR
Film and Television School, 32A Khoroshevskoe Shosse, Moscow, 125284,
Russia, RSCI SPIN: 5850-9097, minlishevroman@yandex.ru

Pavel A. Nezvanov,

Postgraduate Student of the Department of Theory and History of Culture,
GITR Film and Television School, 32A Khoroshevskoe Shosse, Moscow,
125284, Russia, paulinawilling@yandex.ru

UDC 7.017.9 + 791.43

Innovations in Camera Solutions in Foreign Streaming Series

Abstract. The pressing practical problem of harmonious synthesis of technologies and the author's concept of filmmakers is the subject of this study. The rapid growth of production in the era of streaming affects the development of technical equipment, this is especially noticeable in the change in filming technologies, which directly affects the sphere of professional activity of operators. A detailed consideration of foreign experience is relevant, since it represents the latest achievements of the leading, most financially and personnel-rich transnational media holdings, therefore, most fully reflects the situation in the industry as a whole, which is what domestic producers are guided by. In developing the article, analytical and comparative-historical methods were used, which allows us to accurately establish the trends in the creative interaction of authors of film content with technological discoveries. The purpose of the study is to analyze the role of innovations in the formation of a modern operator solution when creating a series. Popular series of streaming platforms such as Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Max, marked by the professional community with prestigious awards, were chosen as an empirical base. The study establishes the position on the essential immutability of the cinematographer's culture during the transition to mass production of TV series, but the increase in the possibilities of implementing ideas due to technical and technological progress.

Keywords: cinematography, technology, TV series, streaming service, culture, cinematography

Введение

Перед подробным обзором операторских решений в стриминговых сериалах следует прояснить несколько положений. Во-первых, технология стриминга (stream – поток) распространяется не на

создание сериала, а на передачу предварительно обработанного видеоматериала, в противовес игровым трансляциям, где события преподносятся зрителю в прямом эфире, как, например, на стриминг-платформе Twitch⁵⁵. Под обработкой понимается относительно длительный монтажно-тонировочный период, свойственный кинематографу и телесериалам. Во-вторых, готовым продуктом является кинематографический аудиовизуальный ряд, так как первые стриминговые сервисы появились из сервисов по доставке видео по запросу, коллекции которых состояли из кинорепертуара и оригинальных сериалов для телевидения [6, с. 78]. С развитием стриминга конкуренция привела к созданию оригинальных стриминговых сериалов. Притом между стриминговым сериалом, телесериалом и кинофильмом нет фундаментальной технологической разницы [8] – отличия в основном затрагивают сроки производства, размер бюджета и формат. К примеру, существует возможность удешевления сценария сериала минимизацией активного действия и расширением диалогов. Съемки, так или иначе, ведутся на пленочную или цифровую камеру с учетом постобработки и под контролем группы, должности которой в кино и сериалах по функционалу либо идентичны, либо аналогичны. Одной из ключевых фигур съемочной команды необходимо является человек с киноаппаратом – оператор-постановщик.

Операторская работа характеризуется двойственностью технического и творческого потенциала, а в настоящее время актуализируется также третий – бизнес-аспект [10, 14]. Область исследования представляется малоизученной, т. к. отечественное научное сообщество не располагает адекватной проблеме методологией и даже унифицированной терминологией, к примеру, «оператор» и «кинематографист» в русском языке – многозначные понятия [9, с. 362].

Несмотря на обозначенные сложности, ученые предпринимают попытки удовлетворить культурологический и социальный интерес к роли оператора в кинопроизводстве. Существует широкий спектр связанных вопросов, в которые позволяет погрузиться, например, статья Н. А. Адаменко [1] о возможностях операторских приемов с точки зрения художественной выразительности и содержания или работа Р. В. Коробко [9], посвященная сущности операторской культуры. Статьи П. В. Вилковой [3] и В. В. Артемова [2] обращены к техническим подробностям съемочного процесса, таким как возможности объективов и цифровых камер. К выбранной теме ближе всего стоит исследование В. Ф. Познина [10] о влиянии современных технологий на творчество операторов и статья О. С. Грачевой [7] про эволюцию съемочного оборудования в кино. *Новизна* настоящего исследования заключается в акценте на новых

⁵⁵ В соответствии с ч. 1 ст. 11 ФЗ от 01.07.2021 № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации», Роскомнадзором принято решение об информировании пользователей www.twitch.tv, что иностранное лицо, владеющее информационным ресурсом, является нарушителем законодательства Российской Федерации.

технологиях в контексте операторских решений стриминговых сериалов, которые, судя по наградным сезонам главной телевизионной премии – «Эмми», заслуживают пристального внимания.

Новые технологии для неограниченной динамики съемки

Классическое правило, принимаемое, за некоторыми исключениями [5, с. 20], кинематографистами всего мира – положение камеры в пространстве должно быть устойчивым. Еще А. Д. Головня в своем фундаментальном пособии «Мастерство кинооператора» связывает высокую культуру и квалификацию операторов с отсутствием в их работах «трясущегося» изображения [4, с. 16]. Стремление воплощать сложные постановочные кадры в движении приводит деятелей индустрии к совершенствованию технологий видеоконтроля и систем стабилизации [7, с. 44], из которых наиболее заметной в современности является стедикам.

Стедикам – общее название для схожих технических приспособлений разных компаний [11, с. 10], например, Tiffen Steadicam, DJI, Freefly Systems и др. Технология позволяет оператору закреплять камеру не на штатив, операторскую тележку или кран, а на самого себя, в основном с помощью жилета, что обеспечивает максимальную мобильность перемещений по сцене. Стедикам представляет собой гироскопическую систему противовесов, призванных сбалансировать камеру при движениях. Для управления требуются специальные навыки и тренировки, поэтому в цехе выделяется отдельная должность – оператор стедикама. Технология применяется в известных стриминговых сериалах самых разных жанров: «Рассказ служанки» (2017-2025, Hulu), «Очень странные дела» (2016-2025, Netflix), «Воспитанные волками» (2020-2022, HBO Max) и др.

В пилоте сериала «Удивительная миссис Мейзел» (2017-2023 гг.), созданного для стриминг-сервиса Amazon Prime Video, можно наблюдать сцену в кафе «Газовый Свет», снятую с помощью стедикама. Супруги Мейзел спускаются по лестнице в подвал, где располагается заведение. Камера следует за персонажами по ступеням и тесному коридору, который оканчивается просторной полутемной залой с большим количеством посетителей. Входя в залу, оператор обгоняет спутников, ненадолго оставляя их за пределами кадра, чтобы задержать взгляд на музыкантах, а потом обернуться через зрителей на подходящих ближе главных героев. Миссис Мейзел по прозвищу Мидж, просит мужа подождать за столиком, сама же направляется к барной стойке, желая подкупить администратора. Внезапно забегающая за стойку Сюзи привлекает внимание героини, и камера переходит с общего на средний план, заявляя нового персонажа – грубоватую барменшу. Затем между женщинами происходит неловкий обмен репликами, на монтаже решенный «восьмерками», но по следующему за этим кадром с появлением администратора можно судить, что диалог снимался непрерывно и в дубле со стедикамом – камера чуть отъезжает, чтобы вместить в композицию рослого начальника. Получив от Мейзел

«взятку», администратор садится рядом с Сюзи и выслушивает от нее нелестную характеристику, что завершает однокадровую часть, хронометраж которой составляет почти две минуты.

За непродолжительное время оператор-постановщик сериала Дэвид Маллен вместе с оператором стедикама Масио Бишопом успели визуальными средствами показать и уютную атмосферу кафе, и отношения действующих лиц. Например, через отвлечение камеры от героев в начале, дается понимание, что они здесь не впервые, в тот момент, как зрителя проводят по новой для него локации. Кадр идет без остановки, пока у миссис Мейзел есть отточенная схема подкупа, но прерывается склейками, когда за стойкой вместо привычного администратора оказывается недоброжелательная Сюзи, которую Мидж, как и зритель, видит в первый раз – мотивация для приближения камеры. Подобную съемку практически невозможно выполнить без стедикама: штатив дал бы простую горизонтальную панораму без вовлечения зрителя вглубь событий, операторский кран не позволил бы сделать настолько обширную географию перемещения в замкнутом пространстве, а использование громоздкой тележки-долли потребовало бы проложить через всю площадку рельсы, уменьшая возможности для удачного ракурса. В данном случае можно говорить о том, что применение новой технологии является не только облегчением задачи, но и осознанным творческим выбором, что, по мнению исследователя В. Ф. Познина, встречается в современном кино достаточно редко [10, с. 48].

Если «Удивительная миссис Мейзел», повествующее о 50 – 60-х гг. прошлого века произведение, в котором сохраняется ретростилика, следовательно, движения камеры совершаются с максимальной плавностью, что несколько затрудняет определение способа съемки в каждом отдельном кадре, то в сериале «Задача трех тел» (2024) от Netflix демонстрируется иной подход. Самая первая сцена происходит в 1966 году, но использование стедикама не маскируется, а наоборот, подчеркивается – колебательные движения приносят ощущение нестабильности и своеобразного «дыхания». Зритель не просто наблюдает расправу на коммунистическом китайском митинге, он как будто становится причастным, как если бы использовался операторский прием POV (Point Of View – точка зрения). Но если для POV характерно наделение камеры точкой зрения конкретного субъекта, даже в ситуации, когда зритель должен «угадать», кто из персонажей так видит мир, то в рассматриваемом случае камера логически и физически никому не принадлежит, а только создает эффект «документальности» происходящего. Такой же реалистический эффект повсеместно встречается во многих стриминговых сериалах: «Моцарт в джунглях» (2014 – 2018, Amazon Prime Video), «Игра в кальмара» (2021 – 2025, Netflix), «Медведь» (2022 – 2025, Hulu) и др.



Илл. 1. Кадр из х/ф «Задача трех тел», 2024 г.

56

Существует еще один современный способ снимать без ограничений в мобильности – дроны FPV (First Person View). Это компактные летательные аппараты на дистанционном управлении, на которых можно зафиксировать камеру и дополнительное оборудование, в том числе стедикам. Главными недостатками считаются относительно небольшое время работы – в среднем около 30 минут, малая грузоподъемность, выдерживающая не все современные камеры, и наличие зон ограничения полета. Сложность управления аппаратом также способствовала появлению новой профессии – оператор дрона. В основном технология применяется для натуральных съемок, самый распространенный вариант – слежение камеры за объектом в движении с высоты, например, в «Уэнсдей» (2022 – 2025, Netflix) так снят проезд машины Аддамсов по пути в пансионат «Невермор». Но есть случаи, когда дрон запускают и внутри помещений, как в стриминговом сериале «Сегун» (2024) для Hulu (Disney), где для общих планов аппараты совершали облеты больших декораций кораблей, отстроенных в павильоне [16].

Интересно, что первые кадры предшественника – телесериала «Сегун» (1980) от NBC, снимались с вертолета. Сейчас развитие технологий по созданию дронов в первую очередь ликвидировало необходимость дорогостоящего привлечения вертолетов для съемки высотных пейзажей и эффектных дальних планов, без которых сложно представить, к примеру, исторический сериал «Корона» (2016 – 2023) от Netflix.

Виртуальная съемочная площадка – технология ARFX

Рассмотрим открывающую сцену фантастического сериала «Мандалорец» (2019 – 2023) для стриминг-платформы Disney+. Первый кадр – деталь, видно руку пока неизвестного героя, сжимающую

⁵⁶ Скриншот автора. Источник изображения: <https://yandex.ru/video/preview/6246470355255416732> (Дата обращения 17.06.2025)

сигнализирующий датчик, идет снег, фон находится в размытии. Склейка – средний план – камера немного подъезжает, снимая с нижнего ракурса спину героя в блестящих доспехах, отражающих пасмурное небо. Завершает последовательность натуральных кадров общий план с операторского крана, где космический наемник Мандалорец направляется в поселение, раскинувшееся посреди ледяного ландшафта. Стоит отметить, что сцена снята полностью в павильоне благодаря инновационному Виртуальному Производству (Virtual Production), являющемуся частью дополненной реальности – ARFX (Augmented Reality Effects). В Голливуде технологию называют The Volume или Stagecraft, за разработку ответственна известная компания по производству спецэффектов Industrial Light & Magic. «Мандалорец» практически полностью снят с применением инновационной системы и приобрел феноменальный зрительский успех, что поспособствовало распространению The Volume.

Съемочный процесс можно описать так: актер в костюме и часть декораций находятся перед большим светодиодным экраном (ARFX стеной), который запрограммирован на отображение виртуальных объектов. С помощью специальных устройств экран отслеживает положение камеры и синхронизирует с ней виртуальные объекты фона в нужном ракурсе, создавая в кадре перспективу в режиме реального времени. Посторонний наблюдатель при некоторых необычных ракурсах будет видеть на экране довольно искаженное изображение, тем не менее, оно «собирается» правильным образом в объективе. Особенность технологии The Volume заключается в сокращении post-production периода, но увеличении pre-production, потому что компьютерная графика, которую выводят на стены, ко времени съемки должна быть полностью готова – ее нельзя будет изменить в отснятом материале. Специалисты отмечают, что для полноценного подкрепления иллюзии фон следует держать в легком расфокусе, чтобы не обнаруживать отдельные светодиоды. По словам оператора-постановщика Грега Фрейзера, огромную долю реалистичности кадрам добавляет также освещение [12], в точности воспроизводимое светодиодами и доработанное незначительным количеством дополнительных источников. Например, это заметно по бликам пасмурного неба на броне Мандалорца, что, кстати, сильно удешевляет пост-обработку. При съемке на хромакее, на броне оказалось бы зеленое или синее паразитное отражение, которое пришлось бы убирать в специальной монтажной программе. Грамотное использование технологии предоставляет безграничную вариативность локаций и освещения для кинематографистов.

В 2022 году одна из крупнейших студий-производителей стриминговых сериалов – HBO Max (Warner Bros) для продолжения культового телешоу «Игра Престолов» – «Дом Дракона» использовала внушительные декорации и зеленый фон, но в 2024, во втором сезоне, создатели построили огромную стену, состоящую из более 2000 светодиодных экранов, чтобы избежать съемок на труднодоступной

локации [13]. Впрочем, подавляющее количество эпизодов сериала снято при помощи, налаженной HBO, технологии сочетания реальных декораций и хромакея.

Стены ARFX находят применение не только в фантастических произведениях, где требуется воплощать вымышленные миры, но и в более приземленных сюжетах. Действие сериала «1899» (2022) от Netflix происходит на пароходе «Цербер», который в конце XIX века отправляется через Атлантику, чтобы перевезти иммигрантов из Европы в Америку.



Илл 2. Кадр из х/ф «1899», 2022 г.

57

Для оптимизации процесса съемок авторы выбрали павильон, а просторы океана выводились на светодиодные стены, со всех сторон окружающие площадку. Стратегия сэкономила множество ресурсов, потому что в павильоне была возможность настраивать и полностью контролировать окружение – за несколько минут поменять рассвет на закат или поставить на паузу дождь, что, естественно, представляется невыполнимым в реальных условиях. Некоторые интерьеры тоже сняты на виртуальном фоне, например, сцена в просторном корабельном ресторане, где капитан Ларсен собирает всех пассажиров и сообщает о своем судьбоносном решении изменить курс. При работе над сериалом оператор-постановщик Ник Саммерер столкнулся с неожиданным недостатком новой технологии – оказалось, что светодиодное освещение от стен не всегда способствует верному отображению тона кожи интернационального состава. Для нейтрализации нежелательного эффекта Саммерер успешно использовал дополнительные источники света ведущей фирмы ARRI [15].

⁵⁷ Скриншот автора. Источник изображения: <https://yandex.ru/video/preview/12138586676094805937> (Дата обращения 17.06.2025)



Илл. 3. Кадр из х/ф «1899», 2022 г.

58

Заключение

Развитие стриминговых сериалов – процесс, идущий параллельно эволюции кино и телевидения. Многообразные сервисы вынуждены расширять свои библиотеки, т. к. в условиях конкуренции необходимо постоянно удивлять аудиторию новыми и необычными проектами. Тем не менее, в западном кинопроизводстве давно оформилась жанровая система, которая при содействии распространяющихся технологий стирает границы, например, между фантастическим фильмом в кинотеатре и часовым эпизодом фантастики на стриминг-платформе. Визуальные приемы, используемые операторами для работы в определенной стилистике, не меняются на протяжении десятилетий, скорое обновление затрагивает только технологический компонент. Вместе с тем в современных сериалах можно наблюдать действительно творческие решения, зачастую невозможные или слишком затратные в осуществлении без использования новых технических средств. Это определяет позитивную роль инноваций, которые, появляясь в отдельных проектах, закрепляются в повседневной практике.

В то же время инструментарий прошлых лет не исчезает, а только дополняется, что позволяет сделать вывод о кумулятивном эффекте технологического прогресса для операторского дела. Широкий выбор оборудования позволяет не ограничивать творчество и допускает релятивизм в отношении подходов к съемке – все зависит от задач, стоящих перед кинематографистами. В некоторых произведениях создатели намеренно обходятся только старыми методами, например, для передачи аутентичности эпохи, как в мини-сериале «Рипли» (2024, Netflix). Но в большинстве случаев операторы используют комбинации из всего набора доступных им средств.

⁵⁸ Скриншот автора. Источник изображения: <https://yandex.ru/video/preview/12138586676094805937> (Дата обращения 17.06.2025)

Так, в визуальном повествовании «Удивительной миссис Мейзел» удачно сочетаются как кадры со стедикама, так и более традиционные кадры со штативов, кранов и тележек. Сериал «Мандалорец» снят не только на фоне новейших стен дополненной реальности, но и на синем экране хромакея в некоторых сценах. Настоящее исследование не акцентируется на экономическом аспекте, но он, безусловно, тоже играет роль в современном производстве. Следует отметить, что если студия планирует масштабную экспедицию, как на съемках «Сегуна» (2024, Hulu) на остров Ванкувер, то нет необходимости перевозить и оборудовать на площадке светодиодные экраны – есть возможность снимать на природе и показывать не менее впечатляющие результаты. Подводя итоги, у современного оператора-постановщика существует множество способов реализации творческого замысла, ограниченное только бюджетом, сроками выполнения работы и воображением, в остальном ему способны помочь культурный опыт более 100 лет кинематографа и технологические инновации, с каждым годом облегчающие путь к цели.

Литература

1. Адаменко А. Н. Изобразительные средства кинооператора-универсала (на материале фильма-портрета «Монолог») // Известия РПГУ им. Герцена. 2007. Том 12. № 33. С. 14–18.
2. Артемов В. В. Цифровые технологии в кино // Вестник ВГИК. 2010. №2. С. 132–138.
3. Вилкова П. В. Про кино и фотообъективы // Сборник научных статей по материалам XII Международной научно-практической конференции. М.: 2023. С. 13–21.
4. Головня А. Д. Мастерство кинооператора. М.: Искусство, 1965. 239 с.
5. Горбунов И. М. Изобразительные операторские решения в сериале Ларса фон Триера «Королевство» // Кинема. Science. 2023. № 4. С. 18–23.
6. Горина Н. Л. Стриминговые видеоплатформы как феномен современных экранных искусств // Вестник Казанского Университета Культуры и Искусств. 2022. №3. С. 75–82.
7. Грачева О. С. Влияние эволюции съемочной техники на развитие кинематографа // Мир Техники Кино. 2010. Том 4. №1 (15). С. 38–47.
8. Езерский А. Д., Алексеев Д. С. Специфика творческих и технических задач оператора-постановщика при съемке современных сериалов // Материалы IV Всероссийской молодежной научно-практической конференции. М., 2024. С. 250–255.
9. Коробко Р. В. О пограничности профессиональной культуры кинооператора (на примере творчества Витторио Стораро) // Ярославский педагогический вестник. 2018. №3. С. 359–366.
10. Познин В. Ф. Влияние технологии на экранную эстетику // Вестник ВГИК. 2014. № 2 (20). С. 38–51.
11. Языджи А. В. Стедикам – практика и творчество. М.: Лин-Интер, 2009. 192 с.
12. Holben J. Truth in the Image: Greig Fraser, ASC, ACS / American Cinematographer, 25.05.2022. URL: <https://theasc.com/articles/greig-fraser-batman> (accessed 10.06.2025).

13. More on the LED wall Shoots in House of the Dragon. URL: <https://beforesandafters.com/2022/09/03/more-on-the-led-wall-shoots-in-house-of-the-dragon/> (accessed 10.06.2025).
14. Stump D. Digital Cinematography: Fundamentals, Tools, Techniques and Workflows / D. Stump. NY: Taylor & Francis, 2021. 648 c.
15. Summerer N. All Hands on Deck: Creating an Immersive Experience for «1899» / ARRI Solutions, 01.12.2022. URL: <https://www.arri.com/news-en/all-hands-on-deck-creating-an-immersive-experience-for-1899-> (accessed 10.06.2025).
16. The Making of Shogun: First Look. URL: <https://www.fxnetworks.com/shows/shogun/video-extras/video/659d8c38adbe1d00015d2435> (accessed 10.06.2025).

References

1. Adamenko A. N. Izobrazitel'nye sredstva kinooperatora-universala [Visual Aids of a Universal Cinematographer] // Izvestiya RPGU im. Gercena. 2007. Vol. 12. № 33. Pp. 14–18. (in Russian)
2. Artemov V. V. Cifrovye tekhnologii v kino [Digital Technologies in Cinema] // Vestnik VGIK. 2010. № 2. Pp. 132-138. (in Russian)
3. Vilkova P. V. Pro kino i fotoob"ektivy [About Cinema and Photo Lenses] // Sbornik nauchnyh statej po materialam XII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. M.: 2023. Pp. 13–21. (in Russian)
4. Golovnya A. D. Masterstvo kinooperatora [Cinematographer's Skills]. M.: Isskustvo, 1965. 239 p. (in Russian)
5. Gorbunov I. M. Izobrazitel'nye operatorskie resheniya v seriale Larsa fon Triera «Korolevstvo» [Visual Camera Solutions in Lars Von Trier's Series "Kingdom"] // Kinema. Science. 2023. № 4. Pp. 18–23. (in Russian)
6. Gorina N. L. Strimingovye videoplatformy kak fenomen sovremennyh ekrannyh iskusstv [Streaming Video Platforms as a Phenomenon of Modern Screen Arts] // Vestnik Kazanskogo Universiteta Kul'tury i Iskusstv. 2022. №3. Pp. 75-82. (in Russian)
7. Gracheva O. S. Vliyanie evolyucii s"emochnoj tekhniki na razvitie kinematografa [The Influence of the Evolution of Film Technology on the Development of Cinema] // Mir Tekhniki Kino. 2010. Vol. 4. №1 (15). Pp. 38–47. (in Russian)
8. Ezerskij A.D., Alekseev D.S. Specifika tvorcheskih i tekhnicheskikh zadach operatora-postanovshchika pri s"emke sovremennyh serialov [The Specifics of the Creative and Technical Tasks of the Director of Photography when Shooting Modern TV Series] // Materialy IV Vserossijskoj molodezhnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. M., 2024. Pp. 250–255. (in Russian)
9. Korobko R. V. O pogranychnosti professional'noj kul'tury kinooperatora (na primere tvorchestva Vittorio Storaro) [On the Borderline of the Cinematographer's Professional Culture (Using the Example of Vittorio Storaro's Work)] // YAroslavskij pedagogicheskij vestnik. 2018. №3. Pp. 359–366. (in Russian)

10. Poznin V. F. Vliyanie tekhnologii na ekrannuyu estetiku [The Impact of Technology on Screen Aesthetics] // Vestnik VGIK. 2014. № 2 (20). Pp. 38–51. (in Russian)
11. Yazydzhi A. V. Stedikam – praktika i tvorchestvo [Steadicam – Practice and Creativity]. M.: Lin-Inter, 2009. 192 p. (in Russian)
12. Holben J. Truth in the Image: Greig Fraser, ASC, ACS / American Cinematographer, 25.05.2022. URL: <https://theasc.com/articles/greig-fraser-batman> (accessed 10.06.2025).
13. More on the LED wall shoots in House of the Dragon. URL: <https://beforesandafters.com/2022/09/03/more-on-the-led-wall-shoots-in-house-of-the-dragon/> (accessed 10.06.2025).
14. Stump D. Digital Cinematography: Fundamentals, tools, techniques and workflows / D. Stump. NY: Taylor & Francis, 2021. 648 c.
15. Summerer N. All Hands on Deck: Creating an Immersive Experience for «1899» / ARRI Solutions, 01.12.2022. URL: <https://www.arri.com/news-en/all-hands-on-deck-creating-an-immersive-experience-for-1899-> (accessed 10.06.2025).
16. The Making of Shogun: First Look. URL: <https://www.fxnetworks.com/shows/shogun/video-extras/video/659d8c38adbe1d00015d2435> (accessed 10.06.2025).

ПЕДАГОГИКА

Железняков Андрей Константинович,

доцент кафедры режиссуры кино и телевидения Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское шоссе, д. 32А, РИНЦ SPIN: 8789-5909, Zhelezniakovi@yandex.ru

Мартынов Андрей Вячеславович,

аспирант кафедры теории и истории культуры Института кино и телевидения (ГИТР), 125284, Россия, Москва, Хорошевское шоссе, д. 32А, ORCID: 0009-0007-7390-6005, andersonrego@yandex.ru

УДК 37.013.43

От депрессии к свету: как классика и педагогика меняют мировоззрение молодых режиссеров

Аннотация: интервью аспиранта кафедры теории и истории культуры Института кино и телевидения (ГИТР) А. В. Мартынова с доцентом кафедры режиссуры кино и телевидения (ГИТР) А. К. Железняковым посвящено проблеме кризиса творческого мировоззрения среди студентов режиссерского факультета, в частности, документальной мастерской. *Предмет исследования* затрагивает вопросы синтеза ограничительных (запрет клишированных средств художественной выразительности) и развивающих (изучение классического искусства) методов. *Актуальность* статьи обусловлена возрастающим влиянием массовой культуры и массмедиа (кино) на формирование художественного кругозора, ограниченного деструктивными и депрессивными нарративами, у обучающихся творческим специальностям. Также подробно рассматриваются применяемые педагогические стратегии, включающие в себя анализ литературных и музыкальных произведений, а также библейских притч. *В результате* применения педагогического метода прослеживается прогресс студенческого творчества в репрезентации социально ориентированных тем вместо депрессивных сюжетов. *Методологическая основа* сочетает качественный анализ интервью с педагогом (с применением техник кодирования и дискурс-анализа), включая положения психологии Л. С. Выготского и философии культуры Ж. Бодрийера. *Результаты* исследования демонстрируют эффективность предложенной педагогической модели для

решения актуальных проблем современного кинообразования. Полученные данные могут быть применены при разработке учебных программ для творческих специальностей.

Ключевые слова: кинорежиссура, педагогика искусства, депрессия, кинообразование, мировоззренческий кризис, классическое искусство

Andrey K. Zheleznyakov,

Associate Professor of the Department of Film and Television Directing,
GITR Film and Television School, 32A Khoroshevskoe shosse, Moscow,
125284, Russia, RSCI SPIN: 8789-5909

Andrey V. Martynov,

Postgraduate Student of the Department of Theory and History of Culture,
GITR Film and Television School, 32A Khoroshevskoe shosse, Moscow,
125284, Russia, ORCID: 0009-0007-7390-6005, andersonrego@yandex.ru

UDC 37.013.43

From Depression to Light: How Classics and Pedagogy are Changing the Worldview of Young Directors

Abstract. The interview of A.V. Martynov, a graduate student of the Department of Theory and History of Culture at GITR Film and Television School, with A. K. Zheleznyakov, Associate Professor of the Department of Film Directing (GITR), is devoted to the problem of the crisis of creative worldview among students of the directing faculty, in particular the documentary workshop. The subject of the research concerns the synthesis of restrictive (prohibition of cliched means of artistic expression) and developmental (study of classical art) methods. The relevance of the article is due to the increasing influence of mass culture and mass media (cinema) on the formation of an artistic outlook limited by destructive and depressive narratives among students of creative specialties. The pedagogical strategies used are also considered in detail, including the analysis of literary, musical works, as well as biblical parables. As a result of the application of the pedagogical method, the progress of the transformation of student creativity in the representation of socially oriented themes instead of depressive plots is traced. The methodological basis combines a qualitative analysis of interviews with a teacher (using coding techniques and discourse analysis), including the provisions of L. S. Vygotsky's psychology and philosophy of culture. Baudrillard. The results of the study demonstrate the

effectiveness of the proposed pedagogical model for solving urgent problems of modern film education. The data obtained can be applied in the development of educational programs for creative professions.

Keywords: film directing, art pedagogy, depression, film education, worldview crisis, classical art

Введение

Современное кинообразование сталкивается с проблемой преобладания депрессивных и деструктивных нарративов в работах молодых студентов-режиссеров. Данная проблема берет свое начало в активной репрезентации образов насилия, экзистенциального отчаяния и социального пессимизма в массовой культуре. Таким образом, перед педагогами стоит задача – не только обучить ремеслу режиссера, но и помочь выйти за рамки «правды жизни, серой морали» с помощью выработки целостного мировоззрения. Особый интерес представляет опыт А. К. Железнякова и его мастерской документального кино. Его методика, представляющая собой запрет поверхностных средств выразительности (в т. ч. нецензурной лексики) и приобщение студентов к изучению классического искусства – является примером эффективной проработки вышеописанной проблемы.

Ключевая цель интервью – анализ педагогической методики Железнякова через призму психологии Л. С. Выготского [2] и философских концепций Ж. Бодрийяра [1]. Отметим, что Выготский фокусируется на детской педагогике, но его теория применима к любому возрасту. Студенты-режиссеры будут рассматриваться как «дети» через призму этапа их культурной «незрелости». В контексте нашего исследования научный интерес вызывает концепция симулякрной и гиперреалистичной культуры Бодрийяра, так как кино занимается созданием искусственной реальности, которая, в свою очередь, заменяет собой подлинный опыт, ввиду чего студенты теряют референцию подлинной жизни, как следствие, они воспроизводят «клише», а не отражают действительность в своих работах.

Ввиду этого Железняков обращается к классическому искусству, как средству борьбы с гиперреализмом. Учащиеся постепенно осваивают язык подлинной художественной выразительности, что заметно прослеживается в трансформации выбора тем и сюжетов (от мрачных и маргинальных к фильмам об учителях, врачах и семейных ценностях). Чтобы глубже понять процесс этой трансформации, обратимся непосредственно к словам самого педагога. В приведенном ниже интервью А. К. Железняков подробно описывает, как шаг за шагом его студенты учатся видеть за симулякрами массовой культуры подлинные человеческие истории.

Андрей Мартынов (далее – А. М.). *Андрей Константинович, как Вы думаете, с чем связана тенденция выбора депрессивных тем в студенческих фильмах?*

Андрей Железняков (далее – А. Ж.). Это связано с тем, что мировоззрение молодых режиссеров ограничено. Они намеренно воспринимают часть как целое, то есть если они видят, что кто-то ворует – значит, воруют все. В этом отчасти виновата и массовая культура, и современное школьное образование, но и есть определенная часть ответственности со стороны родителей. Нет ничего удивительного, что люди, которые видят только все самое скверное в нашем мире, выбирают соответствующие темы для своих курсовых и дипломных работ.



*Илл. 1. Кадр из х/ф «Анна Каренина», реж. А. Зархи,
1967 г.*

59

Я вижу, что студенты ищут правды, они максималисты: хотят, чтобы было все по-честному, не терпят фальши и готовы менять мир к лучшему, как они это видят. Вот в этом «как видят» кроется проблема, потому что взгляд сфокусирован на совершенно определенных моментах жизни, а все остальное для них, как бы невидимо, оно не существует, они его не различают. Есть историческая легенда: когда закрытая от мира Япония приоткрыла занавес, и в страну привезли первую выставку художников Ренессанса, японцы просто не понимали картин, где присутствовала линейная перспектива. Дело в том, что в Японии веками художники использовали только плоские, двумерные образы, поэтому первые зрители смотрели на картины Рафаэля, Тициана, Боттичелли и не воспринимали их. У японцев не был развит этот внутренний глаз, чтобы увидеть объем. Нечто подобное, мне кажется, есть и в нашем случае.

⁵⁹ Источник изображения: <https://ru.kinorium.com/57463/gallery/backstage/?photo=52747179> (Дата обращения 18.06.2025)

Студенты знают и верят в мир, где есть убийства, коррупция, наркотики, измены, ложь и фальшь, а мир, в котором царит любовь и доброта, где живут обычные люди, которые ходят на работу, помогают друг другу, им неизвестен. Мне кажется, молодые кинематографисты не виноваты в выборе тем и героев, они искренно хотят Правды, Истины, но случилось вот что – их взгляд заточили только на отдельную часть жизни и сделали ее главной: из части сделали целое, вот в чем ошибка. Молодые художники видят попов на мерседесах, но в упор не замечают массы священников, которые пешком ходят по деревням. Уже изначально взгляд молодого режиссера ищет только следы разрушения и распада, и под это мировоззрение формируется концепция будущего фильма. Вот здесь на помощь приходит классика. Как все знают, «классика» в переводе с греческого означает «образец». Наши писатели, художники, композиторы протягивают руку через время и помогают развеять туман депрессии и нежизнеспособности.

А. М. *Какие методы вы используете, чтобы расширить творческий кругозор студентов?*

А. Ж. Прежде всего мы обращаемся к классике. К примеру, мы читаем эпизод из «Анны Каренины» Л. Н. Толстого; анализируем стиль и средства художественной выразительности автора; затем мы смотрим экранизации и сравниваем авторское воплощение и интерпретации. Таким образом, студенты начинают понимать – дело не в самом сюжете, а в деталях, ритме и композиции.

Также мы ходим в консерватории и слушаем классическую музыку. Основная задача студентов – услышать, почувствовать и понять, как строится музыка, как развивается ее драматургия и какие образы она рождает в голове слушателя. Самое интересное происходит дальше, когда студенты приходят со своими идеями курсовых работ. Я прошу найти архетипические сюжеты в их историях, и тут происходит озарение в голове молодого кинематографиста. Он или она начинают видеть нечто больше, чем изначально задумывали, и перед ними появляется множество вариантов рассказа их историй, что делает их фильмы глубже, а главное – интереснее. Таким образом, они понимают, что классика – живой инструмент, который помогает увидеть глубину в самых обычных документальных историях.

Стоит отметить, что с самого начала я запретил нецензурную лексику в учебных упражнениях. Низшие инстинкты толпы требуют легитимности: на сцене и главных экранах страны появляются люди, которые употребляют мат и всем своим образом транслирует, что так можно и это востребовано. Мы часто видим такие примеры в музыкальной сфере. Естественно, что такое поведение кумира становится популярным среди обычных людей. После запрета выяснилось, что в учебных работах можно спокойно обходиться без мата, что яркость и глубина материала от этого не исчезают, а просто требует большего упорства и трудолюбия, но сколько споров было вначале о правде бытия, о подлинности героев. Чего хочет молодой человек больше всего в творческой профессии? Чтобы его заметили. Можно сделать

серьезную картину, и на тебя обратят внимание, но это очень тяжелый и нервный труд, гораздо легче дать эпатажный текст или песню, что быстро привлечет к себе внимание.

А. М. *Как бы вы охарактеризовали культурный уровень современных студентов-режиссеров в начале их обучения?*

А. Ж. Я вижу сильный регресс из-за нынешней системы образования с упором на тесты, где ребенок выбирает ответы наугад. На уроках литературы они не проходят труды классиков должным образом, из-за этого от них ускользает самобытность и стиль автора как эталона. Я сомневаюсь, что нынешнее поколение первокурсников справилось бы с теми заданиями, которые давали нам в процессе обучения во ВГИКе, поэтому своим студентам я даю задание – найти сюжетные архетипы в своем фильме, чтобы они смогли опираться на классику, тем самым расширяя художественный потенциал своих картин. Ведь всегда история становится интереснее и богаче, когда в ней присутствует второй, третий план, а самое главное студент начинает расти как художник. Ведь режиссер без культурного стержня – это просто ретранслятор случайных картинок, а нам нужны те, кто сможет рассказать интересную историю.

А. М. *В чем вы видите главную проблему современного кинообразования?*

А. Ж. Это проблема «завтрашнего дня» вузы сегодня больше задаются вопросом трудоустройства студентов после выдачи диплома, а не обучению. Студентов учат, как снимать «под формат», как продавать себя и так далее. Но кто научит видеть жизнь во всей сложности и красоте? Кино – это прежде всего мировоззрение. Если молодой режиссер не понимает, зачем он снимает, если в нем нет внутреннего стержня, то даже самая блестящая технологическая инновация не спасет его работы от пустоты.

Мы – педагоги, зажатые в рамках между реалиями рынка и бюрократией образовательных стандартов, рискуем вырастить поколение, которое умеет делать «как надо», но не знает «зачем». Я стараюсь находить сильные и слабые стороны каждого студента своей мастерской, чтобы в будущем, даже если он не сможет найти себя в роли режиссера-документалиста, то у них всегда будет возможность работать монтажерами, вторыми режиссерами и так далее. Ведь кто-то хорошо работает с текстом «синхрон», а кто-то лучше чувствует пластику движения кадра. Главное, чтобы сами студенты понимали, где можно реализовать свои преимущества.

А. М. *Какие конкретные произведения классической литературы вы считаете обязательными для изучения будущими режиссерами и почему?*

А. Ж. Безусловно, обязательна к прочтению Библия: как Ветхий, так и Новый Завет. Это прекрасный набор архетипических сюжетов, большинство притч – это уже готовая структура для фильма. Обращая

внимание на притчи из Библии и Евангелия, как части мировой культуры, студенты открывают для себя новое мировоззрение, на котором стояла, европейская цивилизация и культура.

Необходимо познакомить студентов с другим миром, с другой точкой отсчета, чтобы они смогли сделать свободный выбор. Разумеется, обязательны к прочтению романы Л. Н. Толстого «Анна Каренина» и «Война и мир», а также не обойтись без Ф. М. Достоевского. «Преступление и наказание» прекрасно демонстрирует, как можно показать правду жизни со всеми ее темными сторонами, но и оставить место для луча надежды. Для понимания особенности работы с короткой формой лучше всего обращаться к рассказам А. П. Чехова: «Размазня», «Дама с собачкой» и так далее. Конечно, режиссеру необходимо развивать образное мышление, и тут на помощь приходит поэзия. Естественно, речь идет о «солнце русской поэзии», А. С. Пушкине и его романе в стихах «Евгений Онегин». Конечно, стоит обращать внимание и на других представителей золотого века и не забывать про серебряный. Ведь именно из стихотворений студент может подчерпнуть механизмы работы со знаками и символами для составления образного ряда в восприятии читателя или зрителя. Главное – не просто «прочитать», в этом нет большого труда, надо научиться видеть, как авторы классики выстраивают каждую сцену и ее характерный ритм, стиль и метод повествования.



Илл. 2. Кадр из х/ф «Война и мир», реж. С. Бондарчук, 1967 г.

60

А. М. *Как вы относитесь к мнению, что пессимизм в творчестве молодежи – следствие атеистического мировоззрения?*

⁶⁰ Источник обращения: <https://www.forbes.ru/forbeslife/515223-po-romanu-vojna-i-mir-snimut-novyj-mnogoserijnyj-fil-m> (Дата обращения 18.06.2025)

А. Ж. Я бы скорее назвал такое мировоззрение материалистическим, ведь они воспринимают жизнь как биологический процесс, случайную цепочку событий от колыбели до могилы. О каком оптимизме тогда может идти речь, если они не видят смысла в собственной жизни? Молодые авторы, воспитанные в такой парадигме, зациклены на темных сторонах бытия не потому, что они «испорченные» или «депрессивные», а потому, что они просто не видят другой перспективы. Для них существует лишь плоская картина мира: страдание, абсурд и тлен. Молодых людей научили, что света, надежды и «божественной искры» просто нет, их не существует.

Но я верю, что это не приговор. Молодые души ищут правду – просто им нужно помочь разглядеть ее во всей полноте. Через классику, через великие образы, которые показывают: жизнь – не тупик, а путь, даже в самых страшных испытаниях есть место для света. Даже в самых мрачных безднах историй Достоевского прорывается свет. Вспомните финал «Преступления и наказания». Он писал так, потому что верил – есть что-то выше, есть смысл, есть спасение. А что остается художнику, который убежден, что за гранью смерти есть лишь пустота? Только фиксировать распад.

А. М. *Как цифровая среда влияет на способность студентов к глубокому восприятию классики?*

А. Ж. Цифра – это всего лишь инструмент. Если человек обращается к классике с целью ее осмыслить и понять, то он может использовать как аналоговые, так и цифровые инструменты. Тут уже дело каждого, если студент действительно хочет узнать что-то новое, то не имеет значения: читает он бумажную или электронную книгу. Главная опасность не в формате, а в отношении. Современный мир учит потреблять, а не вдумываться и анализировать. Большой проблемой я вижу стремительное развитие искусственного интеллекта. Пока что особой угрозы в нем нет, так как все, что генерируется посредством нейросетей, имеет слишком идеальное воплощение в представлении машины. Но ведь предметы искусства зачастую имеют свои изъяны, которые и вносят жизнь в творение художника. Например, Давид Микеланджело – прекрасный эталон скульптуры эпохи Ренессанса, но с анатомической точки зрения его пропорции не совсем точны, а нос чуть-чуть искривлен. Именно это и делает статую живой, машина пока не может такое повторить, в ней нет фактора «божественной ошибки», которую случайно может допустить творец при создании шедевра. Поэтому студенты, которые пользуются ИИ для анализа классики, получают лишь иллюзию понимания. Такой анализ является поверхностным и неполным, ведь классическое искусство требует личного переживания диалога с автором, а не подразумевает готовые ответы.

А. М. *Какие педагогические ошибки, на ваш взгляд, чаще всего допускают при работе с творческой молодежью?*

А. Ж. Ни в коем случае нельзя «ломать» студента. Необходимо давать возможность совершить «божественную ошибку». Если всячески запрещать студенту делать что-либо, то есть риск запугать молодого творца. В таком случае студент останется в рамках собственных страхов, а дальше стагнация. Ведь из неудавшейся картины студент вынесет свои ошибки и совершит работу над ними в следующем фильме. Самое главное – это будет его сознательный выбор, в котором он осознает все возможные риски. В моей мастерской есть практика повторных обсуждений: если я и студент приходим к разногласиям, мы начинаем обсуждение; если в процессе дискурса мы ни к чему не приходим, то мы возвращаемся к этой теме через неделю и так три раза; если на третий раз ничего не меняется, и студент остается при своем, то дальше я оставляю свободу выбора студенту.

В моей практике был случай, когда студентка решила снимать фильм о суррогатном материнстве. Сначала я был против, так как считал, что это неинтересная история, но моя студентка считала иначе. На этапе идеи в ее представлении героиня фильма была абсолютно положительным персонажем, ведь она творит доброе дело – помогает тем, у кого не может быть детей, но в процессе монтажа с каждой новой версией фильма, студентка все сильнее меняла свое мнение. Ведь фактически ее героиня не помогает кому-то вынести ребенка, а торгует своим телом, но в иной форме. В той работе была очень напряженная сцена после родов, когда героиня кричала акушерам, чтобы они не клали ребенка рядом с ней. Именно тогда, мне кажется, моя студентка поменяла свое отношение к героине. Это нельзя назвать «неудачей», ведь документальное кино чаще всего создается в процессе монтажа. Режиссер может бесконечно кропотливо создавать сценарий, поэпизодный план, раскадровку, но лучшие сценарии и развитие событий нам преподносит сама жизнь. Так получилось и в этой ситуации: у молодого художника была возможность выбора, и в результате «ошибки», на свет появилась довольно интересная картина.

Заключение

Проведенное исследование педагогического опыта А. К. Железнякова раскрывает подход к преодолению кризиса мировоззрения в современном кинообразовании. Как показало интервью, синтез ограничительных мер (запрет нецензурной лексики в учебных работах) и погружения в классическое искусство создает благоприятную среду для творческого и культурного становления молодых режиссеров. Методика Железнякова иллюстрирует, как классическое искусство может являться средством борьбы с гиперреальностью. Студенты постепенно восстанавливают утраченную связь с подлинным человеческим опытом через глубокий анализ Л. Н. Толстого, Ф. М. Достоевского, библейских притч и других классических произведений. Наблюдаемый процесс трансформации от «плоского»

восприятия к «объемному» полифоническому видению полностью соответствует теории культурно-исторического развития Выготского.

Студенты последовательно овладевают классикой как «психологическим орудием», что проявляется в их способности выстраивать сложные драматургические конструкции по аналогии с многослойной прозой Толстого. Как отмечал Выготский: «Культура вообще не создает ничего нового сверх того, что дано природой, но она видоизменяет природу сообразно целям человека» [2, с. 11]. В этом смысле методика Железнякова – это культурная практика в Выготском понимании: она не подавляет индивидуальность студентов, но дает им инструменты для ее полноценного раскрытия. Преодоление плоского восприятия происходит не через запреты, а через обогащение сознания подлинными образцами человеческой культуры. Как метко отмечает Железняков: «Классика – это не прошлое, а совершенный инструмент для видения настоящего». Его педагогический опыт доказывает, что даже в непростую эпоху развития искусственного интеллекта и мировоззренческого кризиса остается возможным воспитание режиссеров – не только как технических специалистов, а подлинных художников, способных различать в реальности ту самую «божественную искру». Это дает надежду на возрождение кинематографа как искусства репрезентации смыслов и откровений.

Литература

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. 240 с.
2. Выготский Л. С. Проблема культурного развития ребенка // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14, Психология. 1991. № 4. С. 5–18.

References

1. Bodriyyar Zh. Simulyakry` i simulyacii [Simulacra and Simulations]. M.: Izdatel`skij dom «POSTUM», 2015. 240 p.
2. Vy`gotskij L. S. Problema kul`turnogo razvitiya rebenka [The Problem of a child's Cultural Development] // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 14, Psixologiya. 1991. № 4. Pp. 5–18.

Для оформления обложки использованы следующие изображения:

1. В. Г. Перов. Портрет Ф. М. Достоевского, 1872 г. Источник изображения: Третьяковская галерея (официальный сайт) / Моя Третьяковка <https://my.tretyakov.ru/app/masterpiece/8429>
2. Фотография Райана Гослинга. Фото Луи Венанса. 67-й ежегодный Каннский кинофестиваль, 20 мая 2014 г., Канны, Франция. Источник изображения: Gettyimages <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/canadian-actor-ryan-gosling-poses-as-he-arrives-for-the-news-photo/492909239?adppopup=true>
3. Фотография Тильды Суинтон. Фото Питера Хапака. Источник изображения: Etoday <https://etoday.ru/2012/09/fotograf-peter-hapak.php>
4. Фотография Дэвида Линча. Источник изображения: Jacob Burns Film Center (JBFC) <https://burnsfilmcenter.org/cinefiles-wild-at-heart-and-weird-on-top-a-tribute-to-david-lynch/>
5. Фотография Килиана Мерфи. Источник изображения: Steam <https://steamcommunity.com/sharedfiles/filedetails/?id=1686578792>
6. Фотография Жюль Делеза. Источник изображения: Philosophy Magazine <https://www.philomag.com/philosophes/gilles-deleuze>
7. Фотография Симоны де Бовуар. Источник изображения: Wealthynotes. Стиль жизни состоятельных людей <https://wealthynotes.com/simona-de-bovuar/>
8. Фотография Андрея Тарковского. Источник изображения: API TV https://apitv.ru/publ/kino/vystavka_andrej_tarkovskij_pro_nego_i_pro_kino_otkroetsja_v_jurevce_4_ijunja/3-1-0-2427
9. Фотография Квентина Тарантино. Источник изображения: Useless Daily Gazette <https://www.uselessdaily.com/news/45-interesting-facts-about-quentin-tarantino-list/?shared=email&msg=fail>

МЕДИАКУЛЬТУРА 1 (2), 2025

Главный редактор — О.В. Строева

Научный редактор — И.А. Борисов

Ответственный секретарь, редактор — Е.Н. Лаврова

Художник — Л.Д. Строева

Институт кино и телевидения (ГИТР)

Контактная информация: 8 (495) 787–65–11

www.gitr.ru; mail@gitr.ru

125284, Россия, Москва, Хорошевское ш., д. 32А