Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Всероссийский государственный университет кинематографии

имени С.А. Герасимова»

Работа на конкурс киноведческих работ

врамках XLII Международного фестиваля ВГИК

«Репрезентация медиа в кинематографе»

в номинации:

Лучшая исследовательская работа, связанная с вопросами осмысления процессов в современном российском кинематографе

Шимохин Богдан

*Сценарно-киноведческий факультет*

*Специальность: киноведение*

*Курс:3*

*Мастерская: Марусенкова В.В.*

*Форма обучения: очная*

Москва,

2022

**Содержание**

Введение…………………………………………………………………3

Кинематограф и медиа……………………………………………….....4

Старые медиа……………………………………………………………5

Новые медиа…………………………………………………………….9

Футуристические модели медиа………………………………………11

Заключение……………………………………………………………..14

Литература……………………………………………………………...15

**Введение**

Сегодня киноведческим сообществом проводится большая работа по исследованию и осмыслению развития кинематографа, его технического, производственного и образного потенциала, в меньшей мере исследовано влияние на это развитие образных медиа.

Неоспоримым фактом является то, что использование технологий и творческих методов, заимствованных у медиа, обогащает кинематограф и трансформирует его эстетику[[1]](#footnote-1). Кинематографисты же, в свою очередь, обращаются к осмыслению и прогнозированию развития медиа, это влечет за собой отражение на экране различных футуристических, новых или архаичных форм средств коммуникации.

Данная работа посвящена исследованию репрезентации медиа в отечественном кинематографе и ставит своей целью выявление основных авторских стратегий в решении этой задачи.

Анализируется проблематика демонстрации на экране современных, новых и футуристических медиа. Осмысляются ключевые моменты, связанные с восприятием этих средств коммуникации.

**Кинематограф и медиа**

В сфере межличностной и массовой коммуникации на протяжении всей истории человечества лидирующие позиции занимают визуальная и звуковая формы передачи информации. Кинематограф, как искусство аудиовизуальное и наиболее «предметное», обладает неограниченным инструментарием воздействия на зрителя и является лидером по возможности трансляции информации разных уровней.

Вот что об этом пишет философ Елена Савельева: «Смыслы обнаруживаются в непосредственном контакте зрителей с подобными объектами, которые обладают материальностью, исторической конкретностью, сиюминутностью».[[2]](#footnote-2) В свою очередь, передача максимы смысла является важнейшим критерием оценки любого средства коммуникации.

Этим фактором объясняется причина массового заимствования различными медиа технических и образных средств выразительности классических кинематографических форм, которые зарекомендовали себя как наиболее информативные.

Экранные старые медиа[[3]](#footnote-3) (телевизионные программы и пр.), пост-экранные новые медиа[[4]](#footnote-4) (виртуальная, дополненная реальность и пр.) и футуристические медиа, о которых будет сказано ниже, выстраивают свои коммуникативные стратегии на основе того материала, который был выработан кинематографом. Сами пути развития медиа, хотя и были намечены в фантастической литературе но, за счет изобразительного потенциала кинематографа, нашли наиболее точное выражение в фильмах.

Из всех упомянутых форм медиа по формальным жанрово-стилевым характеристикам наиболее родственным кинематографу будет являться телевидение. Оно, как одно из первых аудиовизуальных медиа, на начальных этапах полностью базировало свои творческие методики на огромном наследии кинематографа. После цифровой революции и компьютерного бума конца 90-х, выработалась следующая эволюционная ступень развития коммуникации, а именно - новые медиа. Их язык значительно отличается от языка кинопроизведений и телепрограмм. Он является более дискретным и фрагментарным, но по сути своей все еще основывается на кинематографическом опыте. Следующая, довольно умозрительная и лишь прогнозируемая стадия развития медиа может быть описана лишь через воспроизведенные на экране фантастические модели коммуникации. Однако, даже учитывая это, можно констатировать, что футуристические формы медиа мыслятся как шаг в сторону подмены действительности симуляцией, правдоподобной настолько, что будут порождать спекуляции вокруг оппозиции реального и ирреального, сомнения в том, что действительность не является лишь симуляцией.

Для более тщательного и глубокого анализа репрезентации медиа каждого вида, обратимся к произведениям зарубежного и отечественного кинематографа. Выявим случаи репрезентации этих медиа и попытаемся охарактеризовать стратегию с которой кинематографисты берутся за отражение того или иного средства коммуникации в своих произведениях.

**Старые медиа**

Телевидение и кинематограф родственны во многом. Разновидность зрелищного технического аудиовизуального искусства, ТВ построено на работе с плоскостным изображением, обработанным монтажно, как и кино.

На ранних этапах формирования телевизионной программы бытовало мнение, что телевидение это все тоже кино, но на меньшем экране. Однако, постепенно осознается потенциал телевидения как средства массовой коммуникации. Разрабатываются механизмы и приемы, свойственные сугубо телевизионному формату, апробируется создание новаторских форм повествования. Вместе с тем, сохраняется подход, к телеэкрану как к средству доведения кинопроизведений до большей аудитории.

С технической же точки зрения различия кинематографа и телевидения было очевидны всегда. В нецифровой период своей истории кинематограф предполагал запись изображения на кинопленку, в то время, как телевизионные программы, репортажи и пр. записывались на магнитную ленту[[5]](#footnote-5). Это обуславливало меньший монтажный потенциал телевизионного материала, что в свою очередь влияло на форму произведений. Кроме того, кинематограф и ТВ различались способом воспроизведения изображений.

Влияние же телевидения на развитие кинопроцесса трудно переоценить. Телевидение не только позволило кинематографу выработать новые форматы и актуализировать их применение, создав общественный спрос (телевизионные фильмы, сериалы), но и трансформировало парадигму зрительского восприятия. Телевизионное вещание стало переходным этапом в истории развития медиа и позволило перейти от традиционных экранных кинематографических форм к новым неэкранным цифровым средствам коммуникации.

Этот эволюционный путь экранного искусства – от кино к телевидению и цифровому искусству − демонстрирует динамику и специфику внутреннего художественно-коммуникативного процесса, в котором отчетливо проявляет себя интенсификация интерактивности (воздействие зрителя на экранное произведение): мнимая (кино), реально ощутимая (телевидение), активно преобразующая (цифровое искусство)[[6]](#footnote-6).

Репрезентация телевидения в кинематографе не является лишь неотъемлемой части предметно-вещной среды, в которую погружен персонаж. Даже в тех случаях, когда автор картины не прибегает к сознательной демонстрации телеприемника, даже когда телепрограмма дана в фоновом режиме, неминуемо, само наличие телевидения в кадре вносит в смысловое поле вопрос о феноменологических взаимоотношениях кино и телевидения. Во всех случаях демонстрация телеприемника будет вводить как минимум ситуацию внутреннего кадрирования, кадра в кадре, что уже открывает паттерн природы кадра и его рамок[[7]](#footnote-7).

Также отметим, что телевидение, являясь популярнейшим средством массового информирования людей, повлияло на развитие общественных явлений в мире. Так, стоит привести пример из истории мирового кинематографа, когда репрезентации телевидения в фильме посвящено отдельное место, именно в контексте влияния на развитие социального и политического кризиса. Речь о весенних забастовках во Франции 1968 года и фильме «Украденные поцелуи» (реж. Ф.Трюффо, 1968г.). Картина являлась протестом против отстранение директора французской синематеки Анри Ланглуа, против засилья «пропаганды» в телевизионной программе. Реализуется этот протест на драматургическом и изобразительном уровнях. Через частую демонстрацию телеприемника и работу главного героя наладчиком ТВ.

Драматургически филигранно и изобразительно более удачно репрезентацию телевидения вводят в свои картины отечественные режиссеры Г.Данелия и Н.Михалков.

В фильме «Осенний марафон» (реж. Г.Данелия, 1979г.) сцена семейного просмотра телефильма является важной драматургической деталью, позволяющей идентифицировать глубокий кризис межличностных взаимоотношений. Семья в которой все абсолютно чужды друг другу объединяется лишь вокруг телевизионного просмотра. Однако, режиссер не остановился на трансляции этой информации в данной сцене. Он обращает внимание зрителя на содержание телепрограммы, на её форму. На экране телевизора демонстрируется фрагмент, с участием Данелии и стилизованный под популярный многосерийный телефильм «Семнадцать мгновений весны» (реж. Т. Лиознова, 1973г.). В уста героя вкладывается фраза: «Что, он так сорок минут будет ходить?», - тем самым зрителю дается намек на непомерно большой хронометраж и затянутость действия исходной картины.

Еще один пример обращения к репрезентации телевидения на киноэкране с целью критики социокультурных процессов - картина «Родня» (реж. Н.Михалков, 1982г.). Михалков отмечает симптоматичное увлечение западной культурой, через демонстрация на экране телевизора группы Bonny M. Помимо этого, яркий образ - огромные наушники на голове у Иришки, персонажа в исполнении Фёдора Стукова. Это не просто техническое средство, это образ коммуникативного барьера между поколениями.

С ухудшением ситуации в стране снижаются и настроения, преобладающие в репрезентации ТВ. Этапным в это смысле стал фильм «Груз-200» (реж. А. Балабанов, 2007 г.), декларирующий через образ матери Журова в исполнении Валентины Андрюковой абсолютный эскапизм через просмотр телепрограммы.

В современном отечественном кинематографе репрезентация ТВ, охват чьей аудитории постепенно уменьшается и уступает место Интернету, все больше приводится в ретроспективном выражении. Так, например, в фильме «Движение вверх» (реж. А. Мегердичев, 2017г.) телевидение запечатлено не просто как межличностный объединяющий элемент, а как элемент единение всей страны.

**Новые медиа**

Киберпространство, возникшее в эпоху постмодернистского поворота в культуре, наполнено разнообразными симулякрами, которые человек «посткультуры» активно потребляет, заменяя ими реальный опыт, сопряжённый с физическими усилиями и нередко весьма опасный [[8]](#footnote-8). При детальном рассмотрении истории человечества, оказывается, что такая «подмена опыта» возникает ещё на заре существования культуры. Именно благодаря ей и возник мифогенез, ритуальные практики, а позже и искусство. Эта «подмена опыта» в терминологии Эйзенштейн - «фиктивная деятельность».

Он трактует её таким образом: «Искусство даёт возможность человеку через сопереживание фиктивно создавать героические поступки, фиктивно проходить через великие душевные потрясения. И все в порядке фикции – фиктивного выполнения подвигов мысли, подвигов чувств, подвигов действия»[[9]](#footnote-9).Таким образом, любое произведение искусства – это сжатый, сублимированный опыт, передающийся за счёт построения художественного пространства произведения. В более общем смысле – это инициационное блуждания, ставящее своей целью обретение опыта. Такое сближение искусства с ритуалом отмечает Эйзенштейн. «Сама установка моя несла и несёт в себе точный пережиток самого раннего обращения с предшественником искусства – ритуалом, а именно: покорять – подвергая воздействию – подчинять себе, своей воле. Там (и тогда) [на заре человечества] – природу и силы природы»[[10]](#footnote-10). Человечество в то время оказалось перед колоссальным массивом информации о мире, её можно было приобрести лишь опытным путём и невозможно было передать потомству в полном объеме лишь посредством игры. Необходимо было создавать новые формы, подчинять себе природу, присваивать и передавать опыт, информацию о ней.

Мифологический вымысел, как и все другие проявления человеческой мысли, основывается на опыте, а если точнее – на необходимости его передавать. С течением времени опыт все более и более сужался, трансформировались и формы его передачи. Они становились более и более лаконичными. Стали отчетливо проявляться центральные проблемы в передаче информации. А именно, нехватка ресурса носителей этой информации и нехватка времени для её передачи в полном объёме. Как велик бы ни был роман «Война и мир», он не способен отразить весь спектр жизненного опыта на своих страницах. Как велика бы ни была человеческая жизнь, её недостаточно для постижения всего культурного наследия, всего тысячелетнего опыта. С приходом новых цифровых медиа часть этих проблем удаётся разрешить. Увеличивается поток информации, увеличивается время воздействия на человека этой информации, увеличиваются объемы носителей.

Эволюционный путь от классических произведений искусства к кино, телевидению, Интернету и виртуальной реальности – сопровождается интенсификацией воздействия информации на реципиента.

Искусство не могло остаться в стороне от этого процесса. Репрезентация новых медиа в современном отечественном кинематографе в большей степени относится к изображению на экране коммуникативных цепочек, которые построены на базе компьютерной техники. Иногда такой способ коммуникации становится источником художественного решения всей картины.

Как в случае с форматом киноповествования «screenlife», чьей характерной особенностью является использование в качестве основного пространства произведения рабочего стола компьютера или телефона.

При съемке таких картин используется технология «screencast» -техника записи изображения с экрана. Одной из первых отечественных картин в данном формате стал фильм Тимура Бекмамбетова «Убрать из друзей».

В нем отчетливо прослеживается уровень влияния цифровых медиа на повседневность. Компьютер и его экран, как показала практика, может быть вполне самостоятельной площадкой для развертки сценического действия. Здесь прослеживается связь с теми особенностями репрезентации телевидения, о которых говорили в начале. Иными словами, новые цифровые медиа становятся предметом осмысления уже потому, что в кадр был помещен компьютер.

При этом, стоит учесть, что репрезентация потенциальных угроз, исходящих от новых медиа занимает куда большее место в общем числе фильмов, нежели репрезентация благ. Здесь стоит вспомнить отечественную картину «Хотабыч» (реж. П. Точилин, 2006) которая выводит репрезентацию новых медиа на качественно иной уровень. Авторы фильма не просто демонстрируют новые медиа, они переносят сюжетное повествование во внутреннюю структуру интернета, наполняя повествование интертекстуальными ссылками, позволяющими лучше понять персонажей.

Такой подход состоит не просто в демонстрации новых медиа как явления, но в попытке разобраться в их истоках, принципах работы и ожидаемом влиянии на культуру.

**Футуристические медиа**

Случаи репрезентации футуристических медиа в современном отечественном кино единичны. Во многом это обусловлено тем, что сама футуристическая тематика в современном отечественном кино разработана весьма слабо. Показательным в смысле репрезентации футуристической системы коммуникации является фильм «Мафия: Игра на выживание» (реж. С.Андреасян, 2016г.). В советском кинематографе тематике покорения космоса, фантастические и футуристические разработки были представлены куда обширнее. Стоит вспомнить такие картины, как «Кин-дза-дза» (реж. Г.Данелия, 1986г.), «Дорога к звёздам» и «Планета Бурь» (реж. П.Клушанцев, 1957 и 1962гг. соответственно), «Москва-Кассиопея» (реж. Р.Викторов, 1974г.). В них были отражены футуристические медиа. Будь то система связи для общения с Землей из «Москва-Кассиопея» или система представления господина Пж из «Кин-дза-дзы». В разговоре о футуристических медиа стоит обратить внимание на опыт зарубежных кинематографистов.

В американском и европейском кинематографах основными векторами творческих стратегий при репрезентации футуристических медиа является обращение к телесности, а также эротизации, в контексте трансгуманистических технологий. Так, в картине «Видеодром» (реж. Д. Кроненберг, 1983г.) и «Странные Дни» (реж. К. Бигелоу, 1995г.) представленные футуристические медиа по сюжету используются лишь для распространения порнографии, что подрывает традиционные устои общества и разлагает его. Победа над новыми медиа, возвращение к типичным средствам передачи информации в таких фильмах одновременно является и победой морали.

Объяснение такому принципу построения сюжета можно найти, обратившись к теории Фрейда. Репрезентация футуристических медиа в кино рождается из представлений или прогнозов, которые связаны больше с реальными мечтами и страхами современников, чем с перспективами научных исследований и будущих разработок. Поэтому их также можно было бы назвать "носителями желаний", так как в соответствии с теорией Зигмундом Фрейда несбыточная мечта может быть замаскированным в нашем подсознательном представлении о страхе.

В любом случае, эти желания, отвечают определенному материальному, социальному, технологическому и культурному уровню развития современных медиа-систем, а вместе с ними и общества.

При этом, репрезентация в фильме не просто трансформирует существующие системы и представляет их в футуристическом дизайне, но и занимает определенную позицию по отношению к таким медиа.

Проблема инсценировки медиальности проявляется, в частности, в форме специфического представления о средствах информации. Если исходить из распространенного постулата теории медиа, о том, что медиа, которые хорошо работают, имеют тенденцию быть невидимыми, т.е. исчезать из восприятия зрителей, то основной задачей при репрезентации футуристических медиа становится фокусирование зрительского внимания на этих системах передачи информации. Следующей задачей становится демонстрация самих механизмов работы этих систем.

На что же ориентируются режиссеры, создавая модели воображаемых медиа? В первую очередь, на уже существующие средства коммуникации, которые они «модернизируют», наделяя их теми характеристиками, которые являются недоступными для физической реальности. Такой способ является наиболее простым и не требует такого погружения в материал, как при разработке, пусть и умозрительно, но новых средств коммуникации.

**Заключение**

Подводя итоги, стоит сказать, что несмотря на принципиальное различие различных экранных и неэкранных форм медиа, все они так или иначе базируются на опыте кинематографических работ.

Главным выделенным свойством репрезентации различных медиа является то, что медиа могут становится важной драматургической деталью и влиять на раскрытие характера того или иного персонажа. А это значит, что наиболее простым способом разнообразить кинематографическое полотно, добавить новые смыслы, является именно репрезентация медиа.

Форма репрезентации не важна, важен факт признания интереса классического кинематографа не только к передовым (футуристическим), но и к традиционным и новым медиа.

Степень удачности репрезентации медиа можно оценить, исходя из внимания зрителя к этому средству коммуникации. Сегодня не возможно не отметит того факта, что медиа вполне конкурентные по сравнению с классическим кинематографом.

Они предлагают не только исследования истории медиасреды, но и попытки спрогнозировать будущие угрозы и своевременно воздействовать на них посредством медиа

**Литература**

1. Аронсон О. Метакино. – М., 2003. – 324 с.
2. Арышева А.С. Тайна идентификации зрителя с героем и зрелищем в кинематографе // Вестник ВГИК, 2017. Том 9, № 1(31). С. 27-36.
3. Метц К. Воображаемое означающее. Психоанализ и кино / Кристиан Метц; пер. с фр. Д.Калугина, Н.Мовниной; науч. ред. А.Черноглазов. – изд. 2-е. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. – 334 с.
4. Орлов А.М. Экология виртуальной реальности / А.М.Орлов. – М.: ПКФ «Леруша», 1997. – 32 с.

1. Подробнее см.:

   Дроздова А.В. Визуализация повседневности в современной медиакультуре [текст]: дис. ... канд. культурологи. / А.В. Дроздова: М., 2017. - 347 с.  [↑](#footnote-ref-1)
2. Савельева Е.Н. Традиционные и инновационные аспекты коммуникативного потенциала киноискусства // Международный журнал исследований культуры. 2015. №2. С. 72-82. [↑](#footnote-ref-2)
3. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007. — 464 с [↑](#footnote-ref-3)
4. Савицкая Т.Е. Открывая новую социально-культурную парадигму: плюсы и минусы технологии дополненной реальности. // Обсерватория культуры. 2014. №4 С. 129-136. [↑](#footnote-ref-4)
5. Кино: Энциклопедический словарь / Гл. ред. С. И. Юткевич; Редкол.: Ю. С. Афанасьев, В. Е. Баскаков, И. В. Вайсфельд и др. М.: Сов. энциклопедия, 1987.- 640 с., 96 л. ил. [↑](#footnote-ref-5)
6. Агафонова Н.А. Экранное искусство: художественно-коммуникативная специфика / Вестник белорусского государственного университета культуры и искусств. Минск, 2006. № 6. С. 58-63. [↑](#footnote-ref-6)
7. Эльзессер Т. Хагенер М. Теория кино. Глаз, эмоции, тело. СПб.: Сеанс, 2016. – 439 с. [↑](#footnote-ref-7)
8. Шапинская А.Н. Любовный нарратив как форма эскапизма // Культура и искусство. 2018. №11. С. 72-82. [↑](#footnote-ref-8)
9. Эйзенштейн С. М.Автобиография. Сатьи. Воспоминания. М.: Директ-медиа, 2016. 121 с. [↑](#footnote-ref-9)
10. Эйзенштейн С.М. Метод. М.: Музей кино, 2002. Т.1. 495 с [↑](#footnote-ref-10)