



ИНСТИТУТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ (ГИТР)
GITR FILM AND TELEVISION SCHOOL

ISSN: (Print) 1994-9529, (Online) 2587-9782

НАУКА

ТЕЛЕВИДЕНИЯ

16.1

The Art and Science of Television



Москва
2020

НАУКА ТЕЛЕВИДЕНИЯ № 16.1, 2020

Научный журнал

ISSN: (Print) 1994-9529, (Online) 2587-9782

DOI: 10.30628/1994-9529-2020-16.1

Периодический журнал «Наука телевидения» посвящен актуальным вопросам истории, теории и практики искусства цифровых медиа. Публикует результаты исследований по научным специальностям «Кино, теле- и другие экранные искусства», «Теория и история культуры», «Социология культуры, духовной жизни». Базируется на материалах научных трудов ведущих ученых Государственного института искусствознания, Института кино и телевидения (ГИТР), ранее Гуманитарного института телевидения и радиовещания имени М.А. Литовчина, а также других российских и зарубежных вузов. Предназначен для исследователей экранных искусств и специалистов-практиков телевидения, кино, радио и новых медиа.

Публикуется с 2004 г. Издается с 2004 г.

Входит в РИНЦ, включен в DOAJ, КиберЛенинку и в ERIH PLUS.

Миссия

- исследовать искусство телевидения в контексте смежных искусств и наук
- анализировать изменения, происходящие в обществе и на телевидении
- прогнозировать развитие медиаиндустрии и научного знания в области экранных искусств и экранной культуры.

Periodical journal *The Art and Science of Television* is devoted to relevant historical, theoretical and practical problems of the art of digital media. It publishes the results of studies in scientific directions *Cinema, television and other visual arts, Theory and history of culture, Sociology of culture and spiritual life*. It is based on the materials of the scientific works of the leading scholars of State Institute for Art Studies, GITR Film & Television School and of other Russian and foreign universities. It is addressed to researchers in visual arts and practicing specialists in the field of television, cinema, radio and new media.

Published since 2004.

It is included in Russian Science Citation Index, DOAJ, CiberLeninka and ERIH PLUS.

Mission

- to study the art of television in the context of related arts and scientific directions
- to analyze the changes, taking place in society and on television
- to forecast the development of the media industry and the development of scientific knowledge in the field of visual arts and screen culture.

Журнал зарегистрирован в Министерстве по делам печати, телерадиовещания и массовых коммуникаций РФ. Свидетельство о регистрации ПИ № 77-16663 от 31 октября 2003 г.

© Институт кино и телевидения (ГИТР), 2020

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ И РЕДАКЦИОННО-ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ

Председатель редакционно-экспертного совета

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

Главный редактор

- Евгений Викторович Дуков — доктор философских наук, профессор, главный научный сотрудник, Государственный институт искусствознания, Москва, Россия

Члены редакционной коллегии

- Григорий Рафаэлевич Консон — научный редактор, редактор, доктор искусствоведения, профессор, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
- Ольга Борисовна Хвоина — ответственный секретарь, редактор, кандидат искусствоведения, профессор, советник при ректорате по научной работе и международному сотрудничеству, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Игорь Вениаминович Беленький — редактор, доцент, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Елена Анатольевна Богатырева — доктор философских наук, профессор, проректор по научной работе, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Елена Сергеевна Еркина — начальник отдела научно-технической информации, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Татьяна Михайловна Лукова — дизайнер, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Марина Фролова-Уолкер — PhD, профессор, Кембриджский университет, Кембридж, Великобритания

Редактор и переводчик

- Анна Петровна Евстропова — переводчик, Самара, Россия

Члены редакционно-экспертного совета

- Елена Яковлевна Бурлина — доктор философских наук, профессор, Самарский государственный медицинский университет Минздрава России, Самара, Россия
- Антон Анатольевич Деникин — кандидат культурологии, профессор, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия

- Маргарита Николаевна Ермишева — кандидат искусствоведения, профессор, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Елена Анатольевна Есина — кандидат педагогических наук, доцент, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Артем Николаевич Зорин — доктор филологических наук, профессор, Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, Саратов, Россия
- Ярослав Юрьевич Кемниц — кандидат искусствоведения, доцент, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Людмила Борисовна Ключева — доктор искусствоведения, доцент, Всероссийский государственный институт кинематографии имени С.А. Герасимова, Москва, Россия
- Ольга Александровна Лавренова — доктор философских наук, ведущий научный сотрудник, Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук (ИНИОН РАН), Москва, Россия
- Наталья Новак — PhD, Университет имени Мартина Лютера, Халле, Германия
- Андрей Максович Райкин — шеф-редактор службы информационного вещания телеканала «Россия-Культура», руководитель творческих мастерских на факультете журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия
- Екатерина Викторовна Сальникова — доктор культурологии, ведущий научный сотрудник, Государственный институт искусствознания, Москва, Россия
- Сергей Всеволодович Стахорский — доктор искусствоведения, профессор, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Олеся Витальевна Строева — кандидат философских наук, профессор, Институт кино и телевидения (ГИТР), Москва, Россия
- Григорий Яковлевич Тульчинский — доктор философских наук, профессор, Высшая школа экономики, Санкт-Петербург, Россия
- Елка Чернокожева — Dr. phil. habil., соучредитель и сотрудник Европейской ассоциации исследователей культуры (ERICarts Network), Кельн, Германия
- Андрей Михайлович Шемякин — кандидат филологических наук, доцент Высшей школы культурной политики и управления в гуманитарной сфере Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, вице-президент Гильдии киноведов и кинокритиков России, Москва, Россия

Chairman of the Editorial Council Board

Yuri Litovchin—PhD (in Art History), Professor, Rector, the GITR Film and Television School, member of the European Cinema Academy (EFA), Moscow, Russia

Editor-in-Chief

Yevgeny Dukov—D.Sc. (in Philosophy), Professor, Chief Researcher, the State Institute for Art Studies, Moscow, Russia

Editorial Board

- Grigoriy Konson—Scientific Editor, Editor, D.Sc. (in Art History), Professor, National Research University “Higher School of Economics,” Moscow, Russia
- Olga Khvoina—Executive Secretary, Editor, PhD (in Art History), Professor, Rector’s Advisor for Academic and International Affairs, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Igor Belenky—Editor, Associate Professor, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Elena Bogatyreva—D.Sc. (in Philosophy), Professor, Vice-Rector for Research, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Marina Frolova-Walker—PhD (in Art History), Professor, Cambridge University, Cambridge, United Kingdom
- Tatiana Lukova—Designer, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Elena Yerkina—Chief of the Section for Scholarly-Technical Information, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia

Editor and Translator

- Anna Evstropova—translator, Samara, Russia

Editorial Council Board

- Yelena Burlina—D.Sc. (in Philosophy), Professor, the Samara State Medical University of the Ministry of Health of Russia, Samara, Russia
- Anton Denikin—PhD (in Culture Studies), Professor, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Margarita Yermisheva—PhD (in Art History), Professor, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Yelena Yesina—PhD (in Pedagogic), Associate Professor, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia

- Artem Zorin—D.Sc. (in Philology), Professor, the Saratov State N.G. Chernyshevsky University, Saratov, Russia,
- Yaroslav Kemnitz—PhD (in Art History), Associate Professor, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Ludmila Kluyeva—D.Sc. (in Art History), Associate Professor, All-Russian State S.A. Gerasimov Institute for Cinematography, Moscow, Russia
- Olga Lavrenova—D.Sc. (in Philosophy), Leading Researcher, the Institute of Scientific Information on Social Sciences (INION) of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
- Natalya Novak—PhD, Martin Luther University, Halle, Germany
- Andrei Raikin—Editor-in-Chief of the Service of Informational Broadcast of the Television Channel “Rossiya-Kultura,” Director of Creative Workshops at the Journalism Department of the Moscow State M.V. Lomonosov University, Moscow, Russia
- Yekaterina Salnikova—D.Sc. (in Culture Studies), Leading Researcher, the State Institute for Art Studies, Moscow, Russia
- Sergey Stahorsky—D.Sc. (in Art History), Professor, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Olesya Stroeva—PhD (in Philosophy), Professor, the GITR Film and Television School, Moscow, Russia
- Grigory Tulchinsky—D.Sc. (in Philosophy), Professor, Higher School for Economics, St. Petersburg, Russia
- Elka Tchernokojeva—Dr. Phil. Habil., Co-founder and Member of the European Association of Cultural Researchers (ERICarts Network), Cologne, Germany
- Andrei Shemyakin—PhD (in Philology), Associate Professor, Higher School of Policy in Culture and Administration in Humanities of the Moscow State M.V. Lomonosov University, Vice-president of the Guild of Film Experts and Film Critics of Russia, Moscow, Russia

**ЭКРАННЫЕ ИСКУССТВА И КУЛЬТУРА:
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ**

ОЛЕСЯ ВИТАЛЬЕВНА СТРОЕВА
НЕОМИФОЛОГИЗМ И КОНЦЕПТУАЛИЗМ В ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ:
ОТ МОДЕРНИЗМА ДО МЕТАМОДЕРНИЗМА.....11

**ФЕНОМЕНЫ «ВРЕМЯ» И «ПРОСТРАНСТВО»
В ЭКРАННЫХ ИСКУССТВАХ И КУЛЬТУРЕ**

KIRILL E. RAZLOGOV
INTERNATIONAL FILM FESTIVALS:
FROM MODERNISM TO POST-POSTMODERN AGE.....33

СТРУКТУРА И СЮЖЕТ В ЭКРАННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ

АМИНЕТ МАГАМЕТОВНА СИУХОВА
ПОВСЕДНЕВНЫЕ ПРАКТИКИ В ДИСКУРСЕ НОВЫХ МЕДИА
(НА ПРИМЕРЕ КУЛИНАРНЫХ ШОУ).....59

ЯЗЫК ЭКРАННЫХ МЕДИА

АЛЕКСАНДР ВЯЧЕСЛАВОВИЧ ШАРИКОВ
ТРАНСЛЯЦИИ И ПРОСМОТРЫ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ
НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ: ТЕНДЕНЦИИ 2018–2019 ГОДОВ.....81

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

ТАТЬЯНА АНАТОЛЬЕВНА ЦВЕТКОВСКАЯ
ЖАНР КОНЦЕРТА-БЕСЕДЫ В ИСТОРИИ
ТЕЛЕВИДЕНИЯ.....163

**VISUAL ARTS AND SCREEN CULTURE:
METHODOLOGICAL APPROACHES**

OLESYA V. STROEVA
CONCEPTUALISM IN CONTEMPORARY ART REGARDED
AS NEO-MYTHOLOGISM.....12

**THE PHENOMENA OF ‘TIME’ AND ‘SPACE’ IN VISUAL ARTS
AND SCREEN CULTURE**

KIRILL E. RAZLOGOV
INTERNATIONAL FILM FESTIVALS:
FROM MODERNISM TO POST-POSTMODERN AGE.....33

STRUCTURE AND PLOT IN VISUAL ART WORKS

AMINET M. SIYUKHOVA
EVERYDAY PRACTICES IN THE NEW MEDIA DISCOURSE
(BY THE EXAMPLE OF COOKING SHOWS).....61

THE LANGUAGE OF VISUAL MEDIA

ALEXANDER V. SHARIKOV
BROADCASTING AND VIEWS OF FEATURE FILMS
ON RUSSIAN TELEVISION: TRENDS OF 2018–2019.....82

THE MEDIA EDUCATION

TATIANA A. TSVETKOVSKAYA
GENRE OF A CONCERT-CONVERSATION
IN THE HISTORY OF TELEVISION.....164

**ЭКРАННЫЕ
ИСКУССТВА
И КУЛЬТУРА:
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ
ПОДХОДЫ**

**VISUAL ARTS
AND SCREEN CULTURE:
METHODOLOGICAL
APPROACHES**

УДК 008 + 7.036
ББК 71.05 + 85

DOI: 10.30628/1994-9529-2020-16.1-11-29
received 15.03.2020, accepted 27.03.2020

ОЛЕСЯ ВИТАЛЬЕВНА СТРОЕВА

Институт кино и телевидения (ГИТР),

Москва, Россия

ORCID: 0000-0002-8554-8053

e-mail: olessia_75@mail.ru

НЕОМИФОЛОГИЗМ И КОНЦЕПТУАЛИЗМ В ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЕ: ОТ МОДЕРНИЗМА ДО МЕТАМОДЕРНИЗМА

Аннотация. Неомифологизм как специфическое качество культуры XX века обладает характером парадоксальности, деструктивности и иррационализма. Разрушение метадискурса (мифологического и социально-идеологического универсализма) в эпоху модернистской культурной революции вызвало радикальные изменения в отношении между художником и произведением искусства. Концепция стала основой развития элитарного неомифологизма в искусстве авангарда как индивидуального метода творчества. Однако далее эта тенденция привела к тому, что задачей современного художника стало двигаться от произведения к продукту, от поэсиса к праксису, тем самым демонстрируя разорванность поэтической деятельности. Размывание границы между искусством и повседневностью, элитарным производением и китчем привело к появлению концептуального неомифологизма. Потребительская культура и капитализм оценивает любое произведение искусства как продукт, поэтому неомифологизм периода постмодернизма приобрел коммерческие черты. Однако концептуализм как неомиф эпохи постмодернизма сохранялся лишь в контексте определенного диспозитива арт-критики, которая, по определению Б. Гройса,

стала «соучастником искусства». Одним из показательных демонстраций «смерти» концептуального неомифологизма уходящей эпохи постмодернизма стал известный аукцион Сотбис, где работа Бэнкси была разрезана шрёдером, вмонтированным самим художником в раму. В течение последнего десятилетия ведутся дискуссии о термине, который мог бы адекватно обозначить современный этап развития культуры и визуальных искусств. Среди множества определений и теорий самым популярным стал «манифест метамодернизма», противопоставляющий прежний постмодернистский концептуализм новому «романтическому концептуализму». Автор статьи анализирует проекты, представленные на Венецианской биеннале 2019 года, среди которых наиболее привлекательными оказались голографические анимированные объекты и иммерсивные инсталляции. Современные художественные эксперименты действительно демонстрируют стремление создать у зрителя иррациональные переживания, непосредственный чувственный опыт, эмоциональные состояния и т.д., а концептуализм как интеллектуальная стратегия уходит на второй план. Однако автор связывает эти тенденции не с «метамодернистским состоянием романтизма», а с другими, более значимыми факторами, определяющими логику развития культуры на современном этапе. Новый концептуализм проявляется, скорее, в таком активно развивающемся направлении искусства, как science art, отражающем идеи философии спекулятивного реализма, лишенной каких-либо признаков мифологизации.

Ключевые слова: неомифологизм, современное искусство, концептуализм, метамодернизм, science art, спекулятивный реализм

OLESYA V. STROEVA

GITR Film & Television School,
Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-8554-8053
e-mail: olessia_75@mail.ru

CONCEPTUALISM IN CONTEMPORARY ART REGARDED AS NEO-MYTHOLOGISM

Abstract. Neo-mythologism as a specific feature of the 20th century culture has a nature of paradox, destructiveness and irrationalism. The destruction of the meta-discourse (mythological and socio-ideological universalism) in the era of modernistic revolution caused radical change in the relationship between the artist and the work of art. Conception turned into the basis for the development of elite neo-mythology in avant-garde art, as an individual method of creativity. Later, however, this tendency led to the fact that the task of the contemporary artist began sliding from art to product, from poesis to praxis, demonstrating the discontinuity of poetic activity. The erosion of the border between art and everyday life, elite work and kitsch enabled the emergence of conceptual neo-mythology. Consumerism and capitalism treats any work of art as a product, thus the postmodern neo-mythology acquired commercial features. Yet conceptualism as a postmodern neo-myth was preserved only in the context of a certain “dispositive” of art criticism which became an “accomplice in art” (as B. Groys put it). One of the illustrative demonstrations of the “death” of conceptual neo-mythologism of the passing postmodern era has been the famous Sotheby’s auction, where Banksy’s work was cut by a shredder incorporated in the frame by the artist himself.

Over the past decade discussions have been revolving about a term that could adequately indicate the current stage in the development of culture and visual arts. Along with many definitions and theories presented, the Metamodernist Manifesto has gained its fame, opposing the former good old postmodern conceptualism to a new “romantic conceptualism”. The author of the article analyzes the projects shown at the Venice Biennale 2019: holographic animated objects and immersive installations turned out to be the most attractive. Modern art experiments obviously demonstrate a desire to create irrational experience, direct sensory impressions and emotional states, etc., and conceptualism as an intellectual strategy becomes a secondary concern. However, the author relates these trends not with the “metamodern state of romanticism” but rather with more significant factors that determine the development of culture at the present stage. New conceptualism is manifested more vividly in such an actively developing trend as science art reflecting the ideas of the speculative realism philosophy devoid of any signs of mythology.

Keywords: neo-mythologism, contemporary art, conceptualism, metamodernism, science art, speculative realism

Концептуализм, характеризующий развитие визуальных искусств XX века от модернизма до постмодернизма, представляет собой явление, достаточно подробно изученное западными и отечественными искусствоведами. Как некая интеллектуальная антитеза массовой культуре концептуализм был институализирован (термин теории А. Данто) экспертным сообществом в лице арт-критиков, галерей, аукционов и т.д., что позволило сделать концептуальный арт-продукт коммерчески привлекательным для коллекционеров. Потеря универсального идеологического контекста («метадискурса», по определению Ж.-П. Лиотара), в котором некогда существовали произведения искусства в традиционной культуре, привела к необходимости создавать новое мифологическое поле, где ценность произведения искусства стала определяться по совершенно иным критериям. По определению Бориса Гройса, концептуальные «произведения «непонятны» без ориентирующего воздействия критики. Это означает, что критика потеряла свою исходную роль быть мета-языком и взяла на себя часть функций собственно языка искусства» [1]. В настоящей статье предлагается *проанализировать особенности развития визуального неомифологизма в концептуальном искусстве от модернизма до метамодернизма с тем, чтобы решить две задачи: во-первых, подтвердить или опровергнуть тезис теории метамодернизма о некоем «новом романтическом концептуализме в искусстве» как тотальной тенденции и, во-вторых, обозначить новый этап развития неомифологизма, если таковой имеет место.*

Парадоксальным образом в искусстве модернизма и постмодернизма сочетаются разнонаправленные тенденции: от демифологизации к ремифологизации, поэтому следовало бы представить неомифологизм как культурно-динамическую модель, которая имеет собственную эволюцию на разных этапах развития: *антимиф — неомиф — постмиф*. В этой последовательности нигилистические интенции авангардистов можно было бы охарактеризовать как *антимиф*, поскольку их художественная деятельность была направлена на «обнуление» прежних смыслов и попытку начать все с «чистого

листа». Абстракционистам удалось выйти к чистым формулам в трансцендентальную область, совершив «феноменологическую редукцию» и дойдя до нуля форм. По сути, этот неомифологизм представлял собой синтетический эклектичный перекодированный набор символов, некий «прибавочный элемент», по определению К. Малевича [2, с. 55]. Тем не менее авангард заложил фундамент для новых взаимоотношений между зрителем и произведением искусства, стал обучающей ступенью, подготовившей следующее поколение концептуалистов.

Поколение модернистов второй волны предложило зрителю чистый концептуализм, то есть *неомиф* (буквально новый, индивидуально сконструированный миф), некую интеллектуальную схему, которая должна была действовать как антитеза прежним способам существования и восприятия искусства. Но Эндрю Уилсон, куратор выставки «Концептуальное искусство в Британии 1964–1979» в галерее Тейт, сказал что «это не движение, это не стиль, это набор стратегий» [3]. Известный представитель геометрического минимализма Сол Левитт в своем манифесте «Параграфы концептуального искусства» изложил принципы нового подхода к творчеству. Считая, что в концептуальном искусстве идея является основой, он заметил, что «когда художник использует концептуальную форму искусства, это означает, что все решения принимаются заранее, а исполнение является формальным делом» [3]. Такое интеллектуальное планирование, как видно из рассуждений основоположников концептуализма, и представляет собой набор стратегий. Американский художник-концептуалист Джон Балдессари далее развивает эту идею: «концептуальное искусство связано не с искусством, у которого есть концепция, а с тем, чтобы исследовать саму концепцию искусства» [3]. Он предложил зрителю провести совместный исследовательский эксперимент, взглянуть на искусство как на способ познавательной деятельности, формально относясь к самому изображению. Такой способ взаимодействия (в терминологии М. Фуко) возможен только при наличии диспозитива, то есть определенного контекста, сформирован-

ного не только художником, но и всеми институтами арт-сообщества, которое заставляет зрителя заниматься специфическим смыслообразованием, по сути, поверить в предложенные навязанные ценности. Идентичными технологиями пользуется коммерческая реклама, создавая имидж или бренд.

Классическим примером концептуализма служит инсталляция Йозефа Кошута «Один и три стула» (1965), которая представляет собой физический стул, его фотографию и словарное определение понятия «стул». По замыслу автора, стул и его фотография должны были меняться с каждой новой экспозицией. Неизменными оставались только два элемента: словарное определение «стул» и схема с инструкциями установки работы. В этом проекте художник демонстрирует процесс означивания мира, символизации реальности, что с точки зрения феноменологии, представляет собой наглядное пособие, иллюстрирующее механизмы восприятия и трансформации данных ощущений в понятийные знаки. Сопоставление слова, изображения и вещи было также ключевой темой произведений Р. Магритта и Дж. Балдессари. Как и авангардистам первой волны, концептуалистам 60-х годов свойствен пафос мессианства и стремление «обучить» зрителя своему языку. Общая «серьезность» авангарда и раннего концептуализма сформировала особую неомифологическую ауру вокруг модернистских арт-объектов, связанную с представлением о новой сакральности и жреческой роли художника.

Одним из самых ярких представителей концептуального искусства был Йозеф Бойс. Он предложил концепцию перформанса, действовавшего в прорыве между жизнью и искусством. В художественной теории и практике немецкого постдадаиста соединилась социальная направленность, имевшая неомарксистскую подоплеку, и элементы шаманизма. В одном из своих самых знаменитых перформансов «Как объяснить картины мертвому зайцу» (1965) Бойс проводил экскурсию для убитого зайца в галерее Дюссельдорфа. Впоследствии использование мертвых животных и других «физиологических элементов» в перформансах стало определенным трендом

современного искусства, частью «телесной феноменологии», обязательным экзистенциальным элементом [4, с. 112]. Неомифологизм перформансов очевиден, поскольку такие художники, как Йозеф Бойс, Герман Нитш, Кароли Шнееман, уподобляли свои акции новым религиозным ритуалам. Оргии с использованием крови и мяса, растопленного жира, жертвоприношений животных, имитации кровавых сцен, обнаженных тел, совокupлений на грудaх рыбы и т.д., все это призвано было стать актом принесения в жертву собственного тела художника, попавшего в жернова искусства. Как пишет Е. Андреева, «победа разрушительного экстаза над аутичным производством особенных объектов указывает на важный сдвиг творческого сознания» [5, с. 161]. Модернизм второй волны, продолжая воспринимать художника как жреца или мессию, в буквальном смысле распинает тело автора. Телесный характер этого жанра демонстрировал желание вырваться из аполлонического господства символов в дионисическую оргию экзистенциальных переживаний. В современных арт-проектах эта тенденция жива, она получила развитие не только в перформативных практиках и инсталляциях, но и вошла в эстетику экранных искусств, в том числе массового кинематографа.

Серьезность намерений концептуалистов в желании «сotворить нового человека» практически воплощалась в организации образовательных учреждений: Й. Бойс (как и К. Малевич в свое время) основал Свободный Институт (1974) для художников в широком смысле и «терапевтов общества». Продолжая концептуалистскую традицию, Марина Абрамович основала свой Институт, где практикуются шаманские ритуалы для посвящения в художники на коммерческой основе. М. Абрамович повторила также перформанс с зайцем, подчеркнув актуальность этого жанра и в XXI столетии. Метод Абрамович «инкорпорирует упражнения на концентрацию, дыхание, движение и покой» [6]. Метод был разработан на основе десятилетних исследований перформанса и «нематериального искусства» с целью «пробывания в настоящем пространстве и времени» [Ibid.]. Т. Такара пишет о возобновлении интереса к шаманским практикам, ритуалам,

трансцендентальному опыту на Западе как о своеобразном тренде, популярном у современных художников [7]. Популярность современного шаманизма может расцениваться и как проявление тенденций «романтического поворота» в понимании метамодернистов, однако, из приведенного выше краткого обзора развития жанра становится очевидным, что ничего «нового» в этом явлении нет.

Концептуализм в условиях общества потребления превратился в массовой культуре в арт-бренд и аттракцион, что привело к постмодернистскому разочарованию. Новый виток в развитии мифологизма приобрел характер *постмифологического коллекционирования* архетипов, стереотипов, разного рода клише и осколков из «Глобальной Библиотеки Культуры». В этом смысле понятие «*постмиф*» отражает одновременно желание деконструировать прежние символы в современном контексте и «тоску» по метадискурсу, то есть универсализму мифологических систем прошлого. Художник из жреца переродился в бриклера («смерть автора»), играя с символами прошлого. Поздний концептуализм трансформировался в постмодернистскую иронию и социальную пародию. Например, Маурицио Каттелан, «шутник из мира искусства» с начала 1990-х годов сделал предметом своего творчества десакрализацию авторитетов, создав одновременно забавные и ужасающие для зрителей проекты. В 2012 году в Гуггенхайме была организована ретроспектива знаменитых работ Каттелана, где автор подвесил все свои иконоборческие скульптуры в центре освященной ротонды музея. Экспозиция включала восковые фигуры миниатюрного Гитлера, Папы Римского Иоанна Павла II, пораженного молнией, JFK в гробу. Сам художник был подвешен за шею в окружении своих знаменитых арт-брендов, включая страуса, зарывающего голову, и белку, которая только что покончила жизнь самоубийством. «Моя цель — быть максимально открытым и непостижимым», — говорит художник. «Должен быть идеальный баланс между открытым и закрытым» [8]. Арт-критики считают Каттелана одним из величайших современных последователей Марселя Дюшана, а метамодернисты могли бы расценить подобное заявле-

ние как подтверждение своей концепции «осцилляции» [9], то есть раскачивания между крайностями. Подобное «отодвигание границ» и раскачивание вполне отражает постмодернистскую концепцию мерцания истины (difference Ж. Деррида) или понятие трансгрессии М. Фуко.

Умирает ли прежний концептуализм как неомиф в искусстве сегодня? Возможно, яркой демонстраций заката эпохи концептуализма стал известный аукцион Сотбис, где работа Бэнкси была разрезана шрёдером, вмонтированным самим художником в раму, в результате чего цена на его работу еще больше возросла. Интерес к творчеству Бэнкси с самого начала его карьеры постоянно подогревался загадочной историей, то есть неомифологическим контекстом, где мифом стала сама его личность, всегда скрытая капюшоном. Несмотря на то, что художник представлял направление стрит-арта, главным пафосом которого являлась критика общества потребления, современной политики и т.д., в итоге он сам стал успешным коммерческим продуктом. Шутка Бэнкси со шредером задумывалась как ирония, сатира, направленная против институтов арт-рынка. Однако власть этих институтов невозможно разрушить, так как они сами активно задействованы в производстве неомифологического контекста, позволявшего относиться к подобным перформансам, как к чему-то сакральному и одновременно хорошо продаваемому продукту. Сам феномен институализации стрит-арта парадоксален, однако в неомифологической системе капитализма даже этот протестный и антигалерейный жанр искусства превратился в музейный артефакт [10].

В новых тенденциях в современном искусстве необходимо обратить внимание на освоение экранных технологий (VR, AR, голография), в которых художники видят возможности новых художественных средств выражения [см.: 11, с. 173–193]. Технологии дают возможность создавать новую форму репрезентации, меняя отношения реципиента с символической реальностью и предлагая новый чувственный опыт взаимодействия зрителя и произведения искусства. Например, на Венецианской биеннале 2019 года наиболее привлекательными из

всех проектов оказались голографические анимированные объекты (Cyprien Gaillard, *L'Ange du foyer*) и иммерсивные инсталляции (Mark Justiniani, *Island Weather*). Такой способ репрезентации произведений искусства предлагает зрителю погружение в эстетическое созерцание и чувственный опыт, уходя от концептуальных практик.

Анализируя представленные работы, можно сделать вывод, что концептуализм до сих пор актуален в современном искусстве как социальная критика. В большинстве произведений выражается скептицизм по поводу фейковой медийной реальности или политической ситуации в мире, хотя выразительными средствами для этих концепций служат те же экранные технологии. Так, Анжелика Месити создала в австралийском павильоне образ неустойчивости демократии в мире. Ее фильм демонстрируется на трех экранах в мини-амфитеатре, покрытом красными коврами. В фильме используется музыка из какофонии противоречащих друг другу голосов. Снятая в сенатских палатах Италии и Австралии, пьеса призвана научить зрителя настраиваться на разные способы общения и точки зрения. Одним из самых впечатляющих объектов биеннале является проект Сунн Ян и Пенг Ю (Sun Yuan & Peng Yu, *Can't help myself*), представляющий гигантскую кисть, которая разбрызгивает внутри стеклянной клетки кроваво-красочную краску на стены, пол и потолок. В галерее «Арсенал» художники показывают инсталляцию «Дорогой» (2015 г.): белый силиконовый стул, напоминающий императорское кресло Авраама Линкольна из его мемориала в Вашингтоне. Черный резиновый шланг отматывается от центра, шумно стуча по поцарапанному стеклянному барьеру, в котором он находится. Как видно, преемственность с концептуальной традицией в этих проектах сочетается с новыми способами реализации идей.

Кроме того, в представленных инсталляциях проявляется то, что метамодернисты могли бы назвать «пост-иронией». Ли Константину говорит о пост-иронии в позднем литературном постмодернизме как о чувстве «неловкости»: «...произведения искусства нередко обладают мощной эстетикой неудобства, читать или смотреть которую вызывает на удивление неуютно. ...неудобство может служить доминиру-

ющей эстетической категорией эры, которая приходит на смену веку иронии» [12]. Сложно сказать, чем отличалось бы чувство неловкости, вызванное перформансом венских акционистов, например, от ощущения неудобства при восприятии инсталляции Сунн Яна или гиперреалистической скульптуры Рона Муека, так как грань между иронией и постиронией, по все видимости, очень тонка. В целом все, что касается разного рода ощущений или «структуры чувства», как это называют авторы проекта метамодернизма, — все это наиболее уязвимо для критики, так как в этом вопросе не может быть установлена граница или какой-либо критерий. Отечественный философ А. Павлов отмечает, что «с содержательной точки зрения концепция метамодерна практически не выдерживает критики, а сам манифест остается в лучшем случае декларацией. Вместе с тем, это не означает, что «метамодернисты» интуитивно не нащупали ключевых, но пока еще не вполне очевидных культурных и социальных тенденций» [13, с. 1].

Действительно, современные тенденции развития визуальных искусств демонстрируют в большой степени стремление создавать иррациональные переживания, созерцательный опыт или новый телесный опыт при непосредственном погружении в атмосферу или эмоциональное состояние. Если концептуализм прошлого века (как особый способ интеллектуального целеполагания в искусстве) делал визуальное второстепенным по отношению к самой идее, то современные арт-практики чаще ставят перед собой противоположные цели. В этом смысле можно было бы констатировать смерть прежнего концептуализма, однако ему на смену сегодня пришел научный концептуализм, лишенный каких-либо признаков романтизма или мифологизации. Одним из активно развивающихся направлений современного искусства, подтверждающим этот тезис, является *сайнс-арт* (science art), который представляет собой синтез искусства, природы и науки, своего рода эстетизацию науки или превращение науки в арт-объект (например, в био-арте).

Многие современные художники занимаются иммерсивным искусством, создавая арт-среду не только ради эффекта эстетического

погружения. Известный скандинавский художник Олафур Элиассон конструирует инсталляции с облаками и водопадами, используя для создания тумана смесь из сахара и воды, увлажнители и лампы, излучающие желтый свет («Weather Project», 2003, галерея Tate Modern). Швейцарский архитектор Филипп Рам перешел от «метеорологических» инсталляций к «метеорологической» городской среде. Он «поставил перед собой задачу изобрести новый вид планирования архитектурной среды, в котором будут формулироваться новые виды типологий в сферах метеорологии и физики, артикуляции движения воздуха, преобразования воды в пар, темпа обновления воздушных масс, звукового давления, температуры и дыхания, потоотделения и метаболизма» [14].

Многие западные художники работают с иммерсивными технологиями VR для проведения исследований в психиатрии и психологии, социологии и сферах, связанных с гендерными и этическими вопросами. На Международном Конгрессе киношкол CILECT, посвященном 100-летию ВГИК (Москва, 2019), подавляющее число докладов было посвящено развитию медиатехнологий, в том числе новых возможностей “360 VR”. Например, драматург из Великобритании Карен Палмер, называющая себя «рассказчиком из будущего», представила свои проекты иммерсивной документалистики, которые являются одновременно исследованием на стыке психологии, нейрофизиологии, социальной юриспруденции, а также разработок искусственного интеллекта [15, р. 87]. Кроме того, кинематографисты всех стран уже на протяжении нескольких лет обсуждают вопрос об изменении судьбы кинематографа в целом под влиянием технологий, считая что «цифровое кино» — это уже не кино. По этому поводу П. Вивейрос задается вопросом: «Является ли такой чрезмерный избыток, этот “стильный стиль” главной характеристикой постклассического кино?» [16, р. 58]. Однако поиски новых решений для вызовов будущего ведутся постоянно, о чем свидетельствуют ежегодные форумы, где кинематографисты стремятся реагировать «на ожидания и эстетический вкус нового поколения, растущего в новой медийной реальности» [17, р. 50].

Тем не менее метамодернисты считают именно «романтический концептуализм» главной тенденцией в современном искусстве, заменяющей рациональное эмоциональным, а деконструкцию реконструкцией. Однако еще в 1979 году Б. Гройс писал: «Сочетание слов “романтический концептуализм” звучит, разумеется, чудовищно. И все же не знаю лучшего способа обозначить то, что происходит сейчас в Москве и выглядит достаточно модно и оригинально» [1]. Делая обзор творчества нескольких художников и поэтов (Л. Рубинштейна, И. Чуйкова, группы «Коллективные действия»), Гройс пишет о том, что концептуальное искусство «должно быть совершенно прозрачным, т.е. не должно подразумевать никакой непосредственности». К романтичности он относит «лирический» характер эмоциональной жизни, противопоставленный официальной сухости, и, в отличие от западного типа, Московский концептуализм называет романтическим, видя в этом своеобразие «русской души».

На наш взгляд, тенденции в современных визуальных искусствах связаны, в первую очередь, не с метамодернистскими ощущениями романтизма, а с другими, более значимыми факторами, определяющими состояние культуры на современном этапе: развитием технологий и естественных наук (sciences). Новый концептуализм проявляется в процессе демифологизации (что абсолютно противоположно романтизму), и это отражается в идеях философии спекулятивного реализма, лишенного каких-либо признаков неклассической модернистской парадигмы или постмодернистского иррационализма. Движение спекулятивного реализма стало знаковым в философии как желание очередной позитивистской революции в гуманитарном знании. Один из основателей нового направления К. Мейясу манифестирует лозунг о «преодолении Канта» и в целом всей «посткритической парадигмы», «корреляционизма бытия и мышления», ратуя за возвращение к реализму объекта без субъекта, к «вещам-в-себе без меня». Он пишет: «Нужно направить мышление туда, куда нас ведет архиископаемое, приглашая найти “потайной ход”, который оно открывает, для того чтобы преуспеть в том, что современная философия уже на протяже-

нии двух столетий нам преподносит как невозможное: выйти из самих себя, овладеть “в себе”, познать то, что существует независимо от того, есть мы или нет» [18, с. 34].

Таким образом, «выход из себя» позволит преодолеть процесс мифологизации реальности, который для человеческой культуры был до нынешнего века непреодолимым. То, к чему пытались подойти абстракционисты — к нулевой степени мифа (или антимифа), сегодня осуществляют спекулятивные реалисты и художники сайнс-арта. В био-арте, например, возникает новая перспектива восприятия реальности. Художники демонстрируют мир на уровне бактерий или молекул, живущих своей собственной жизнью в нечеловеческом измерении. Эта параллельная реальность существует по своим законам бытия, которое не имеет характеристик времени и пространства как конструкторов человеческого сознания. В этом мире время идет в другом направлении, пространство и движение функционируют по-иному. «Архиископаемое», о котором говорит Мейясу, — это мир до людей или без людей, и современные технологии сегодня позволяют такой мир воспроизвести. Ответ на поставленный философом вопрос — как такой мир можно помыслить, преодолев себя, — дает искусство и наука, пытаясь предоставить этот опыт. Биоэтик Магдалена Кожевникова высказала такое суждение: «...антропоцентризм постепенно испаряется: человек перестает занимать привилегированную позицию в структуре мироздания. Для гуманитарных наук, которые сосредоточены на человеке, это может звучать парадоксально, но это факт: уже есть human-animal studies, этика животных, биоарт». И далее: «Это вопрос: насколько мы управляем собой и насколько нами управляют те, кто живет в нашем кишечнике?» [19].

Романтические настроения метамодернизма — это интуитивное желание преодолеть постмодернистскую эстетику, реабилитировать этическое сознание и пафос модернизма, а вместе с тем вернуться в уютное и гармоничное мифологическое состояние метадискурсов. Постгуманистические тенденции критического реализма и сайнс-арта абсолютно противоположны по своей направленности, они призва-

ны демифологизировать и дегуманизировать культуру и искусство. Очевидно, что эти тенденции сосуществуют в настоящий момент параллельно с другими моделями, в том числе эклектикой постмодернистских, модернистских и классических элементов (например, в массовом кинематографе). Какая из них выживет в ходе естественного отбора — решится в недалеком будущем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гройс Б. Московский романтический концептуализм // ММОМА: сайт.
URL: http://www.mmoma.ru/press/articles/boris_grojs_moskovskij_romanticheskij_konceptualizm (дата обращения: 09.03.2020).

2. Малевич К. Введение в теорию прибавочного элемента в живописи // *Собрание сочинений*: в 5 т. М.: Гилея, 1998. Т. 2. Статьи и теоретические сочинения, опубликованные в Германии, Польше и на Украине. 1924–1930. С. 55–104.

3. Kaplan I. If You Don't Understand Conceptual Art, It's Not Your Fault // *Artsy Magazine*. 2016. 31 March.

URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-if-you-don-t-understand-conceptual-art-it-s-not-your-fault> (дата обращения: 10.03.2020).

4. Tait P. *Fleshing Dead Animals: Sensory Body Phenomenology in Performance* // *Performance and Phenomenology: Traditions and Transformations*. NY: Routledge, 2015. P. 111–120.

5. Андреева Е. Ю. *Постмодернизм: искусство второй половины XX – начала XXI века*. СПб.: Азбука-классика, 2007. 485 с.

6. Marina Abramovic Institute (MAI): сайт.

URL: <https://mai.art> (дата обращения: 10.03.2020).

7. Takara T. Why Shamanic Practices Are Making a Comeback in Contemporary Art // *Artsy Magazine*. 2017. 11 Aug.

URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-shamanic-practices-making-comeback-contemporary-art> (дата обращения: 10.03.2020).

8. Maurizio Cattelan // *Artsy Magazine*.

URL: <https://www.artsy.net/artist/maurizio-cattelan> (дата обращения: 10.03.2020).

9. Аккер Р. ван ден. *Метамодернизм: историчность, аффект и глубина после постмодернизма*. М.: Рипол-Классик, 2019. 494 с.

10. Bengtsen P. Street Art and Museums // Academia. 2019.
URL: https://www.academia.edu/38370052/Bengtsen_P_2019_-_Street_Art_and_Museums (дата обращения: 10.03.2020).
11. Строева О. В., Аронин С. В. Тенденции развития визуальных искусств под влиянием новых экранных технологий // Наука телевидения. 2019. № 15.1. С. 173–193.
12. Константину Л. Четыре лика пост-иронии // Metamodern. 2019. 26 июля.
URL: <https://metamodernizm.ru/four-faces-of-postirony/> (дата обращения: 09.03.2020).
13. Павлов А. В. Образы современности в XXI веке: метамодернизм // Логос. 2018. Т. 28. № 6. С. 1–19.
14. Хайман Э. Архитектура полей: живые стены и цифровые города // Теории и практики. 2011. 10 марта.
URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/1478-arkhitektura-poley-zhivye-steny-i-tsifrovye-goroda> (дата обращения 10.03.2020).
15. Dramaturgy and Media. Challenges and Prospects of Interaction: CILECT Congress. Russian State University of Cinematography (VGIK), Moscow, 6-12 October 2019. p. 87.
URL: http://www.cilect.org/gallery/news/819/CILECT_CONGRESS_2019_-_VGIK_-_Congress_Book_Final_www.pdf (дата обращения: 10.03.2020).
16. Viveiros P. Multi-Task Cinema, or a “Whatever Style”// International Journal of Film and Media Arts. 2017. Vol. 2. № 1. P. 52–60.
17. Fabics N. Where Good Old Cinema Narratives and New Media Collide // International Journal of Film and Media Arts. 2017. Vol. 2. № 1. P. 42–51.
18. Мейясу К. После конечности: эссе о необходимости контингентности. Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2015. 196 с.
19. Николаева Н. Нечеловеческая личность: почему люди больше не высшие существа и какие права есть у животных // Теории и практики. 2018. 8 мая.
URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/16701-nechelovecheskaya-lichnost-pochemu-lyudi-bolshe-ne-vysshie-sushchestva-i-kakie-prava-est-u-zhivotnykh> (дата обращения: 10.03.2020).

REFERENCES

1. Groys B. *Moskovskiy romanticheskij kontseptualizm* [Moscow romantic conceptualism].
URL: http://www.mmoma.ru/press/articles/boris_grojs_moskovskij_romanticheskij_konceptualizm (accessed 09.03.2020).

2. Malevich K. Vvedenie v teoriyu pribavochnogo elementa v zhivopisi [Introduction to the theory of the surplus element in painting]. *Sobranie sochineniy: v 5 t.* [Collected works in five volumes]. Moscow: Hylaea Publ., 1998. Vol. 2, pp. 55–104.

3. Kaplan I. If You Don't Understand Conceptual Art, It's Not Your Fault. *Artsy Magazine*. 2016. 31 March.

URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-if-you-don-t-understand-conceptual-art-it-s-not-your-fault> (accessed 10.03.2020).

4. Tait P. Fleshing Dead Animals: Sensory Body Phenomenology in Performance. *Performance and Phenomenology: Traditions and Transformations*. NY: Routledge, 2015, pp. 111–120.

5. Andreeva E. *Postmodernism: iskusstvo vtoroj poloviny XX – nachala XXI veka* [Postmodernism: art of the second half of the 20th—beginning of the 21st century]. St. Petersburg: ABC Classic Publ., 2007. 488 p.

6. *Marina Abramovic Institute (MAI)*: site.

URL: <https://mai.art> (accessed 10.03.2020).

7. Takara T. Why Shamanic Practices Are Making a Comeback in Contemporary Art. *Artsy Magazine*. 2017. 11 Aug.

URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-shamanic-practices-making-comeback-contemporary-art> (accessed 10.03.2020).

8. Maurizio Cattelan. *Artsy Magazine*.

URL: <https://www.artsy.net/artist/maurizio-cattelan> (accessed 10.03.2020).

9. Akker R. van den. *Metamodernism: istorichnost, affect i glubina posle postmodernisma* [Metamodernism: historicity, affect and depth after postmodernism]. Moscow: Ripol-Classic Publ., 2019. 494 p.

10. Bengtson P. Street Art and Museums. *Academia*. 2019.

URL: https://www.academia.edu/38370052/Bengtson_P._2019_.Street_Art_and_Museums (accessed 10.03.2020).

11. Stroeva O. V., Aronin S. V. Tendentsii razvitiya vizual'nykh iskusstv pod vliyaniem novykh ekrannykh tekhnologiy [Trends in the development of visual arts under the influence of new screen technologies]. *Nauka televideniya* [Television science]. 2019. No. 15.1, pp. 173–197.

12. Konstantinou L. Chetyre lika post-ironii [Four faces of post-irony]. *Metamodern*. 2019. 26 July.

URL: <https://metamodernizm.ru/four-faces-of-postirony/> (accessed 09.03.2020).

13. Pavlov A. Obrazy sovremennosti v XXI veke: metamodernism [Images of modernity in the twenty-first century: Metamodernism]. *Logos*. 2018. Vol. 28, no. 6, pp. 1–19.

14. Haiman E. Arkhitektura poley: zhivye steny i tsifrovye goroda [Architecture of fields: living walls and digital cities]. *Theory and Practice*. March, 2011.

URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/1478-arkhitektura-poley-zhivye-steny-i-tsifrovye-goroda> (accessed 10.03.2020).

15. *Dramaturgy and Media. Challenges and Prospects of Interaction: CILECT Congress*. Russian State University of Cinematography (VGIK), Moscow, 6–12 October 2019. p. 87.

URL: http://www.citect.org/gallery/news/819/CILECT_CONGRESS_2019_-_VGIK_-_Congress_Book_Final_www.pdf (accessed 10.03.2020).

16. Viveiros P. Multi-Task Cinema, or a “Whatever Style”. *International Journal of Film and Media Arts*. 2017. Vol. 2, no. 1, pp. 52–60.

17. Fábics N. Where Good Old Cinema Narratives and New Media Collide. *International Journal of Film and Media Arts*. 2017. Vol. 2, no. 1, pp. 42–51.

18. Meillassoux Q. *Posle konechnosti: esse o neobkhodimosti kontingentnosti* [After Finitude: An Essay on the Necessity of Contingency]. Ekaterinburg; Moscow: Armchair Scientist Publ., 2015. 196 p.

19. Nikolaeva N. Nechelovecheskaya lichnost': pochemu lyudi bol'she ne vysshie sushchestva i kakie prava est' u zhivotnykh [Non-human personality: why people are no longer higher beings and what rights animals have]. *Theory and Practice*. 2018. 8 May.

URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/16701-nechelovecheskaya-lichnost-pochemu-lyudi-bolshe-ne-vysshie-sushchestva-i-kakie-prava-est-u-zhivotnykh> (accessed 10.03.2020).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ОЛЕСЯ ВИТАЛЬЕВНА СТРОЕВА

кандидат философских наук,

профессор кафедры теории и истории культуры,

Институт кино и телевидения (ГИТР),

123007, Москва, Хорошевское шоссе, д. 32а

ORCID: 0000-0002-8554-8053

e-mail: olessia_75@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR:

OLESYA V. STROEVA

PhD, Professor,

Department of Theory and History of Culture,

GITR Film & Television School,

32a, Horoshevskoe sh., Moscow, 123007

ORCID: 0000-0002-8554-8053

e-mail: olessia_75@mail.ru

**ФЕНОМЕНЫ
«ВРЕМЯ»
И «ПРОСТРАНСТВО»
В ЭКРАННЫХ
ИСКУССТВАХ
И КУЛЬТУРЕ**

**THE PHENOMENA
OF 'TIME'
AND 'SPACE'
IN VISUAL ARTS
AND SCREEN CULTURE**

UDC 791.6
LBC 85.37

DOI: 10.30628/1994-9529-2020-16.1-33-55
received 05.03.2020, accepted 27.03.2020

KIRILL E. RAZLOGOV

All-Russian State Institute of Cinematography
named after S.A. Gerasimov (VGIK)
Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-2158-504X
e-mail: kirill.razlogov@gmail.com

Translated by Anna P. Evstropova

INTERNATIONAL FILM FESTIVALS: FROM MODERNISM TO POST-POSTMODERN AGE*

Abstract. *This article uses the Russian film festival movement to analyze the evolution of film festivals from their beginnings to the internet age, focusing on how scientific and technological transformations in the audiovisual sphere influenced the social context of information circulation and cinematic*

* **Editors' note.** The text is an English version of an article prepared on the basis of the self-named report, which was presented at the International Scientific Conference *"Art History in the Context of Other Sciences in Modern World: Parallels and Interactions"*, held in Moscow on April 19–25, 2019. The article was included in the collection of works which is currently being prepared for publication based on the materials of the above mentioned event.

This translated publication is included in the periodical scientific journal *The Art and Science of Television* in order to expand its audience, given the substantial interest of the English-speaking readers in the topic covered. In this regard, the editorial board of the journal sincerely thanks its colleague Grigoriy R. Konson, the author of the project and the brand owner of the International Scientific Conference *"Art History in the Context of Other Sciences in Modern World: Parallels and Interactions"* for his kind consent to print a translated version of the article in this issue of *The Art and Science of Television* journal.

creativity. The article first shows how film festivals came to depend on the internet and the use of digital gadgets in various cultural and demographic communities, including spontaneous teenage associations (so-called “youth cultures”), various professional groups, and the elderly. The article then considers the Soviet and postsoviet Russian film festival movement in the context of global shift from modernism through postmodernism to post-postmodernism. The Russian festival movement is flourishing: more and more festivals appear every day. Administrative difficulties predominate. Unofficial censorship inspires widespread fear and caution. The article proposes a parallel cine-club distribution system that would be exempt from the commercial and censorship restrictions currently applied to films in general distribution. It also considers why festivals spring up and why they disappear. Festivals are needed; otherwise citizens would not organize them. They may be organized for various reasons: to celebrate local functionaries; to celebrate art; or for other reasons. The article reveals the contradictions in the financing of particular festivals, and explains why some festivals receive government funding and others do not. Apart from federal funding, there are municipal funds, and informal relationships can bring private funding as well. The article then closely analyzes the Moscow International Film Festival, unique in that it combines two different “festivals”. From the one hand, it is a traditional showcase with three competitive programs (feature films, documentaries, and short films). On the other hand, it is an open “festival of festivals” that demonstrates films, shown and awarded at other festivals, hors concours. This section is particularly important because very few of these films can break into the general circulation in Russia.

Keywords: cinema, film festivals, censorship, funding for cultural programs, film history, digital technologies, modernism, postmodernism, post-postmodernism

This article is devoted to the analysis of the evolution of the film festival movement from its inception in the era of classical modernism right up to the prospects of its development in modern conditions, with permanent scientific and technical transformations of the audiovisual sphere and the accompanying social and cultural changes in the creation, distribution and perception of audiovisual information and screen works. Many provisions of this material are based on my personal long-

term experience of participating in the film club and festival movement, including in the capacity of the program director at the Moscow International Film Festival over the last two decades. Particular attention is paid to the festival movement in Russia in the context of the global shift from postmodernism to post-postmodernism. We will not go into details of the ongoing controversy over the chronology of fundamental changes in the culture of the 20th–21st centuries and the discord of terms proposed to designate the current era as following the post-modern turn of the centuries and millennia. Our tasks are much more specific and they relate, first of all, to festivals as a necessary part of the film processes, both national and international.

International film festivals originated in the 1930s, before the outbreak of the World War II. In the world culture, this was still a period of classical modernism, which clashed the artistic avant-garde with the growing mass culture, and the formation and development of the latter was directly influenced by cinema. In fact, film festivals emerged from the often unconscious desire to bridge these opposing elements, to identify high-quality works in the stream of commercial products. The postmodern stage, ending in the 21st century, abolished hierarchies and introduced artistic sophistication and the context of pop culture, until the market economy prevailed and box-office success became the main and almost the only criterion for assessing the quality of screen works. Post-postmodernism has returned relevance to the issues of the structure and heterogeneity of the film process in different cultural communities and their interaction in the film festival movement. A significant role here is played by the emergence of the Internet and all kinds of gadgets that become carriers of films of a new generation.

Mikhail Epstein, a researcher of the prospects of humanitaristics, discoursed on the correlation of parting from the past and anticipating the future, of the principles of post- (and post-post) and proto- in our lives (including, as we might add, our festival lives) and in our consciousness. He said, “Now, in the early twenty-first century, we are witnessing a major shift in cultural attitudes... We live not so much *after* (modernity, structuralism,

or Communism), as in the very beginning of a new epoch whose features must now be more positively defined in terms of “proto-” rather than “post-”: *proto-global, proto-informational, proto-virtual...* [1, p. 23].

On the one hand, it is on the World Wide Web where various cultural communities are structured, and the borders of such communities do not always coincide with the demographic layers and social stratification: they may be anything, from spontaneous adolescent associations (the so-called “youth subcultures”) through various kinds of professional communities and problems of the third and fourth ages, of the elderly. The mastery of gadgets here often becomes a new demarcation line. On the other hand, the multiplication of various platforms for displaying screen products, gradually eroding the traditional forms of television broadcasting, contributes to the growth of its diversity. In this context festivals become a mechanism for its exit from the network into the “non-virtual” (or proto-virtual) reality.

HISTORY AND MODERNITY

The first international festival was in Venice (1932), and it was no coincidence that it appeared in the context of the totalitarian regime of Mussolini: it reflected the desire to approve independent criteria for assessing the quality of screen works and to make these criteria mandatory and unshakable. The Venice Film Festival has demonstrated sustainability in the changing socio-cultural circumstances and gained its reputation as the most aesthetic of the main film screenings in the world. But more importantly, starting from the pre-war decade, the desire to establish a different value system as opposed to the Venice Film Festival (Mostra Internazionale d’Arte Cinematografica), not only in cultural politics and in various classical arts, but also in the very mass form of creativity and entertainment, has become the incentive for the emergence of new festivals. Stefano Pisu, Italian researcher, dedicated a study to how cultural diplomacy and ideological struggle interact on the example of participation of the Soviet cinema, and after the World War II—of the cinema of the

Eastern bloc countries at the Venice Festival [2, pp. 51–63]. In particular, he imputes the appearance of the Moscow International Film Festival (MIFF)—the first Venice’s competitor—to the ideological confrontation.

The history of the Moscow film festival was not as easy as that of its Venice “older brother”. For the first time it was held in 1935 under the auspices of Stalin himself. The chairman of the jury at that time was the head of Soviet cinematography, the long-standing Bolshevik Boris Shumyatsky. Among the jury members were such giants as Sergey Eisenstein, Vsevolod Pudovkin and Alexander Dovzhenko. Since Shumyatsky was repressed and executed in 1938, for a long time it was believed that Eisenstein was the chairman of the jury, especially taking into account that he was the one who announced the decisions of the festival jury from the stage. This version could be found in various sources, including the website of the Moscow International Film Festival, until the Pravda newspaper for 1935 was declassified, and the original of the jury’s decision was re-published [3, pp. 33–35]. The top award was given to the products of the Lenfilm studio (now experiencing a series of crisis shocks), including the legendary *Чапаев* by brothers Vasilyev. The festival gathered all the finest creators of Soviet cinema, and many foreign guests attended the event. One of the prizes was awarded to the works of Walt Disney, the king of animation. The company bearing his name not only survived to our days, but became the largest Hollywood monopoly after the merger with the 20th Century Studios (formerly the 20th Century Fox).

However, the Moscow festival did not have a direct continuation. Apparently, from the ideological point of view its success seemed too risky, and the death of Shumyatsky is a vivid proof of this. Against the total crackdown, primarily on ideological and political issues, proletarian internationalism was replaced by isolation, including cultural isolation, which turned into the idea of creating a “Soviet Hollywood” that would not need international festivals. In the current socio-cultural context, repeating the situation of the 1930s to some extent, we observe the opposite process when the number of film festivals increases not only in the world, but also in Russia. In our opinion, it results from the specificity of

both post-postmodernism and proto-globalization—the interpenetration of global and local principles in culture.

As for the Moscow IFF itself, it was revived only during the thaw in the late 1950s due to the changing political climate in the country. It was then when its specificity took shape. The peculiarity of the Moscow International Film Festival to this day is that it, as we may say, combines two different festivals. On the one hand, it is a traditional show with three competitive programs (feature films, documentary and short films) and retrospectives. On the other hand, the Moscow International Film Festival is a kind of a “festival of festivals”. That is, the films, which were presented and awarded at other festivals, are demonstrated within its official program hors concours. Usually such works are extremely difficult to be promoted: as a rule, many of them will never get on the screens of our commercial cinemas. The only difference is that in Soviet times commercial western films were outcast, and in the post-Soviet era—exploratory experimental works.

The next festival that emerged as a response to Venice was in Cannes. It was planned to start in 1939, but the war intervened. To this day the festival’s history is closely connected with the festival movement as a whole, although its beginning was very modest. In 1947, the organizers faced a shortage of money to conduct it for the second time, but then things went smoothly. “The major changes in festival policy came after 1968, with Cannes once more the focal point,” says Thomas Elsaesser, Dutch festival network researcher, “when Truffaut and Godard took their protest against the dismissal of Henri Langlois as head of the French Cinemathèque... effectively forcing it [the festival] to close. While Paris was in the throes of the May events [meaning the so-called student protests—K.R.], Cannes with its foreign visitors was also shut down, and in the years that followed, sweeping changes were made by adding more sections for first-time filmmakers, the directors’ fortnight as well as other showcase sidebars... But the crucial change came in 1972, when it was decreed, again at Cannes, that henceforth the festival director had the ultimate responsibility for selecting the official entries, and not

the national committees” [4, p. 90]. This decision, supported by other festivals, was not least caused by the scandal with the screening in Cannes of Andrei Tarkovsky’s *Andrei Rublev*, which was banned in the USSR, but sold to France. The film could not be included in the contest, since it was not officially submitted by the country of production.

Already in its first year (1946), the Cannes Festival was not alone—in Central Europe, in the Czech Republic, a new festival opened, which would soon be settled in the spa town of Karlovy Vary. Its history has also been a subject of many researches. The latest work appeared relatively recently and was dedicated to its very first decade [5], when it was the only film festival for the so-called people’s democracies or socialist countries (later referred to as the bloc). Since 1959, during the socialist period in the history of the Eastern and Central Europe (and eventually Eurasia), subject to the dictate of the USSR, the Moscow and Karlovy Vary festivals were held in turns once every two years to avoid interference with each other. Moscow hosted its festival on odd years, and Czechoslovakia—on even years.

The International Film Festival held annually since 1951 in the West Berlin, in the capitalist enclave on the territory of the socialist German Democratic Republic, completed the period of the festival movement formation. The Berlin Film Festival was conceived and for many years, until the fall of the Berlin Wall, served as a kind of a bridge between the cultures of East and West Europe; a bridge that was regularly roiled by political cataclysms and contradictions. Only a short time ago it was discovered that its founder and first director Alfred Bauer, respected by all until very recently, was a true Nazi who kept his past a secret after the war [6].

The collapse of the Soviet Union and the socialist system as a whole contributed to the shift of the political axis of cultural and other conflicts to religious grounds, and the center of this process drifted to the Middle East, where film festivals began to multiply and replenish immediately. At the same time, just in line with the post-postmodern principles, the official programs of most major festivals, starting with Venice, Moscow and Cannes, not to mention the Berlinale, began to include premieres of

commercial hits. For instance, in 2019, the jury of the Venice Film Festival took the liberty of giving its highest prize, the Golden Lion, to an icon of the mass culture, the Hollywood *Joker*; and in the same year, *Avengers: Endgame*, a final film based on the popular comic book series, was shown (hors concours) at the Moscow Festival.

At the same time, the main sensation of 2019, and not only in Moscow, was the painstaking reconstruction of the first full-length film, Dziga Vertov's *Anniversary of the Revolution*, restored by N. Izvolov. The reel has long disappeared from circulation, since one of the central figures of the 1918 chronicle was Leon Trotsky, enemy of the people, now triumphantly marching on the screens of Russia and the world. In other words, the idea of bridging the extremes of the film process has survived to the present day: on the one hand, there is D. Vertov and classics, and on the other hand, there are *Avengers* and transnational Hollywood.

In her book, *From European Geopolitics to Global Cinephilia*, Marijke de Valck suggests three stages of the festival movement. We have already mentioned the first one: from the emergence of the Venice Film Festival to the turning point in the late 60s and early 70s. In this phase, national cinematographs were crucial both as initiators of festivals and as monopolists in the selection and presentation of their films in competitive and other official programs. "The second phase," says the researcher, "is characterized by independently organized festivals that operate both as protectors of the cinematic art and as facilitators of the film industries. This phase ends in the course of the 1980s when the global spread of film festivals and the creation of the international film festival circuit ushers in a third period, during which the festival phenomenon is sweepingly professionalized and institutionalized" [7, pp. 19–20].

Although this periodization is not indisputable, it corresponds to some extent with the transformations of the film process, where the ties between art and commerce, the mainstream and the arthouse were broken at the end of the last century. In cinemas, special effects and technical innovations win, whether in 3D or IMAX. Eisenstein's idea of "montage of attractions" enjoys almost unchallenged dominance in large

movie theaters around the world. At the same time, blockbusters are rarely presented at festivals; if they do, however, they become key items in the program. That is, without bridging festivals of a new type—network-oriented, focused on globalization and professionalization—there would be an abyss between the two sides of the film process.

WHO, HOW AND WHY HOLDS FILM FESTIVALS?

The festival movement is developing; the number of festivals is increasing. In the sense, in which we consider the art criticism, the question arises: who makes the festivals? In our opinion, *three factors are necessary for a successful festival*. The *first one* is stable financial support at the state federal (and/or regional) level and international level (funds and programs of the Council of Europe or the European Union) or from private capitals (obtained, as a rule, through charitable foundations and programs). Most often, these sources are combined. In this context, we can see the reasons why film festivals emerge and disappear. Apparently, festivals appear because people need them. But the reasons for their emergence may be different: for the development of international relations, for the promotion of a particular national cinematography, for the approval of a certain system of criteria for evaluating films, for the glory of the local authorities, for the glory of art, or for any other reason. The contradictions that arise here reveal the difficulties and paradoxes of the existence of individual festivals, as well as the debates about why this or that festival was given state, municipal or private money, and the other one failed.

The second factor is a team of professional managers providing the festival infrastructure and its functioning. There can be a variety of scales: from the directorate of a particular cinema or cultural center to giants like Cannes or Toronto. At the same time, hundreds of people and even larger number of volunteers can work during the festival, and in between there might still be a small team, and the quality of their work is crucial. So many good intentions ended in nothing due to the lack of or incompetence of

personnel, especially in countries where traditions of serving large cultural and artistic events have not been formed because of historical and cultural features.

The third and the most important factor is the compilers and curators of the programs. Every festival needs at least one movie fan (in the Western tradition—a cinephile) that knows and loves cinema. As for the rest members, a variety of more or less successful options is possible. One of the most common misconceptions in this regard is the desire to invite well-known journalists to form a team of selectors. Sometimes a festival directorate needs popular critics writing about cinema not in order to make a good program, but to protect themselves from inevitable attacks in the press—people tend to avoid blaming those on their side. But true connoisseurs of cinema are by far not always journalists. The latter, by virtue of their profession, often focus on self-promotion to the detriment of the festival as a whole. That is why the largest festivals have specialists organizing work with the press, but they are relatively rarely involved in film programs. Selectors and especially program managers have different professional specifics. Here we can find Marco Müller, a cosmopolitan, sinologist, ethnologist and anthropologist, primarily known to the world as the creator and/or organizer, curator and leader of many famous film festivals (including Torino, Locarno, Venice, and more recently—several festivals in China, including the new one, Pingyao Crouching Tiger Hidden Dragon, established by him and the director Jia Zhangke). He began to systematically appear in periodicals only after he made a name for himself at film festivals, but remains primarily a producer and organizer, and, of course, a cinephile. After the already mentioned Nazi functionary, Moritz de Hadeln was directing Berlinale for 22 years. He was born in London and eventually settled in Switzerland. His father, Detlev Freicherr von Hadeln, was an art historian and publisher in Florence, and his mother, Romanian, was an artist and sculptor. He began as a photographer and documentary director, until he became the director of the famous documentary film festival in Nyon, Switzerland; before Berlin, he directed the Locarno festival, and later headed the Venice festival for two years. Thierry

Frémaux, program director of the Cannes festival, officially continues to work as director of the Institut Lumière in Lyon, the hometown of the filmmakers. I myself am writing these lines not as a journalist (although I acted as one as well), but as a culturologist—researcher and program director of the Moscow IFF.

All of the above mentioned persons are not originally journalists; they came out of practical cinematic or academic and scientific circles, although in their official capacity they owe a duty to appear in print. However, there are exceptions among the directors of large festivals. The most striking is the Frenchman Gilles Jacob. As a well-known journalist, he began working at the Cannes Film Festival and eventually became first the general delegate (as a matter of fact, the program director) and then the president of the festival. In the last year of his tenure, I was lucky enough to get a big interview from him, which was later fully reproduced in the book *My Festivals*. He then defined his tasks as follows: “In general, over time, the festival gained independence and authority and began to select films itself. At the same time, Maurice Bessie [Jacob’s predecessor as a general delegate—K.R.] had some kind of problems with the filmmakers. I will not give rumors and gossip, but in 1977 he was forced to resign, and then I appeared as a compromise, as a film critic and cinephile who can find high-quality films, and not just Hollywood super-productions. On the other hand, I worked in the film industry, which allowed me to properly organize and position the festival. I saw my task in combining the discovery of new names with showing films by prominent directors. Hence the creation of the Golden Camera award for the best debut, launch of the *Un certain regard* program, and later the Cinéfondation for the competition of student films and the preparation of new projects, etc. On the other hand, it was important to make the festival self-sufficient. While we have managed to gain independence in the selection of films, the political and especially financial independence is far from being achieved: 90 percent of our budget was money from budgets of various levels—from state to local” [8, pp. 183–184]. Jacob then agreed with me that political ranking and artistic ranking do not always coincide. Critics often fail to accept

decisions of the international jury, consisting of famous filmmakers, primarily actors and directors.

In the process of composing the artistic programs, we are talking about the idea of why a festival is being done, and about attracting the attention of viewers and the public to new phenomena in the cinema, which phenomena should ideally become sensational. It requires special qualities and abilities. Special attention is needed in cases when creative, commercial and political interests interact and clash in the framework of a festival. This triumvirate principle is most clearly traced on the example of the Cannes Film Festival, where the president has political and representational responsibilities, the program is compiled by the general delegate (having functions similar to those of a program director) and his or her team, and finances are supervised by the general secretary, whose name, as a rule, does not appear in the media space at all.

In an effort to avoid internal contradictions, at a number of festivals these key functions are combined in one person, whether Müller or de Hadeln. As a rule, such decisions are made for a particular major figure in the festival movement and culture. With his or her departure, the situation may change. For example, after Moritz de Hadeln, the Berlin festival was headed by Dieter Kosslik, a producer (having nothing to do with journalism at all) who was not without reason accused of predominantly focusing on the commercial mainstream. After him, the leadership functions were divided between Mariette Rissenbeek, the former head of the “German Films”, an organization promoting German films abroad, and Italian Carlo Chatrion, a program curator invited from Locarno, who started his career as a journalist, just like Gilles Jacob. All in all, the Berlinale holds a specific place among other large festivals due to the interweaving of interests: political, commercial, career and artistic. Critic Andrei Plakhov, the veteran of the festival movement, examined these problems from his subjective point of view in an interesting and convincing way in his book *My Berlinale*, which was published in Berlin [9].

In the recent decades, festivals devoted to “old” films have appeared; the restoration and reconstruction of both classical and half-forgotten

films, which over time have acquired a high cultural status, have come into fashion. The first of them—The Silent Film Festival—is being held in the Italian city of Pordenone since 1981 (at intervals). At such festivals, the role of cineasts—archivists is rather significant. In compiling the festival artistic program, academic science came to the fore instead of criticism, focusing on the current film process. Within the framework of traditional festivals, retrospective screening and restored copies of old films began to play an increasing role. The White Pillars festival of archival cinema, launched at the very end of the last century by Vladimir Malyshev (then director of the Gosfilmofond of Russia) and the recently deceased chief archivist Vladimir Dmitriev, gained considerable fame [10]. In parallel, Dmitriev was a member of the selection committee of the Moscow IFF, where he encouraged the organization of fundamental retrospectives as opposed to current and transient critical sensations. Anyone who was interested in fundamental cinematology would prefer old films over new ones in the program. From this point of view, international film festivals are a kind of launching ground for testing various strategies, methods for program construction, forms of interaction with the audience, filmmakers, directors, etc. Different concepts of the development of culture, in particular, its visual wing, are challenged, which becomes more and more important as technologies conquer more and more territories, including in culture.

PARADOXES OF THE FESTIVAL MOVEMENT IN RUSSIA

In the post-Soviet period, prospects for expanding the festival movement in the territory of the former USSR, primarily in Russia, opened up, as I write in more detail in the article “The role of film festivals in the development of screen culture in Russia” [11, pp. 251–255]. Here I bring up this issue theoretically and within the international context. Despite being unsettled by the new situation, the Moscow International Film Festival, nevertheless, retained its position as the only Russian film

festival with the A class accreditation (this category includes the major non-specialized competition festivals of a particular large film-producing country) according to the International Federation of Film Producers Associations (FIAPF), although it has numerous competitors. And instead of the now-defunct All-Union Film Festival there are various general open and specialized Russian film shows related to specific regions and types of cinema. As a result, complex questions arose of regulating the festival movement both “from above”, first by the Goskino, and then by the Ministry of Culture, and “from below”, by means of self-regulation. In this regard, the idea was put forward of creating a single platform or guild for all Russian film festivals. There are examples of such associations in the world. Let us name, for instance, the European Festival Association or the Belt and Road Film Festival Alliance, created on the initiative of the People’s Republic of China. As a matter of fact, many researchers declare network organization as the leading principle of the modern festival movement: “...the international film festival must be seen as a network (with nodes, flows and exchanges) if its importance is to be grasped”, says, for example, Elsaesser [4, p. 84].

In Russia, the project of a unified festival platform faced a number of challenges, since all festivals compete with each other. Finding a balance between teamwork and competition is not easy. The largest apple of discord is still a competition for government funding at the federal level, without which many film shows cannot survive. In this regard, it should be noted that in the world, primarily in the USA, there are some large festivals that exist without financial support from the government. But in Russia everything is heavily centralized, so everyone relies on federal, regional or at least municipal support. As you might know, we have the largest number of billionaires per capita in the world. So far, cinema rarely falls within their sphere of interests, but perhaps there are some reserves here. And, of course, there are possibilities for self-realization: a strong film club can arrange its festival with minimal municipal support. However, if you intend to make a glaring expensive show, then, of course, you need big investments. An unattainable ideal here is the St. Petersburg festival,

which was organized by V. Matvienko before her leaving from the post of governor of our northern capital. This festival then disappeared and was reborn with huge efforts on a different basis, thanks in no small part to director Aleksei Uchitel.

We are good at one-time events, but for the festival movement consistency is crucial—in order to grant a festival a long life. As a rule, at the first festival, everyone gives all they have, sometimes it is held for the second time, and by the third time everyone is exhausted. But a good festival gains its strength gradually: the first one is not very broad, the second one is a little broader, the third one—even better, as it was, for example, in Cannes. By the tenth year, it becomes clear that the festival has taken its place, that there are people behind it—not some specific people who might leave, and the festival would vanish without them; but influential communities that are interested in the festival and are ready to support it.

Among Russian officials and filmmakers, the illusion is widespread that festivals can be profitable. It originates from the experience of the Moscow IFF of the Soviet time: at that time, in violation of the existing norms of the festival movement, films were displayed dozens of times not only at different venues, even at the stadiums, but also in different parts of the USSR. Then, indeed, even the direct revenues of the festival were higher than the considerable costs for its organization. Foreign partners turned a blind eye to these violations, as they sought to conquer a huge new market by all means. When the new Russia joined the international conventions on the protection of copyright and related rights, this conquest was ultimately accomplished, primarily by Hollywood, and the profitability of the MIFF melted, giving way to budget financing.

A common festival cannot get profit from selling tickets alone, the expenses are always higher. However there are some forms of scam, when phantoms of large festivals appear to earn by collecting fees for submitting films for selection. There was (and maybe still is) such a phantom of the Moscow IFF. The domain extension of its website differs from that of the real festival: moscowfilmfestival.com instead of moscowfilmfestival.ru. The phantom festival lasted for only a day within several sessions at a

Moscow cinema. It means that its expenses were vanishingly small, and its revenues totaled to the sum of fees collected from the companies that mistakenly believed that they were applying for a real A-class Moscow festival. But there are also other forms of parasitism on the popularity of the film festivals.

As for the payback, there are no festivals existing only at the expense of tickets sold. Festivals can be funded partly from their own, partly from the municipal, and partly from the attracted money. For example, there is a very good small festival in a town of Telluride, Colorado, to which Jeffrey Ruoff devoted his book [12]. It has almost no state support. It is a very exquisite four-day festival with a budget of approximately two million dollars. One million is gathered through the ticket sale and another one comes from sponsorship. Sometimes screening of a particular film or visit of a particular delegation is sponsored separately. This is announced in the program: visit of such and such guests or such and such screening was made possible thanks to that and that sponsors.

This is not the case in Russia: sponsorship is usually possible for the festival as a whole, but not for its specific part. For example, Georgy Molodtsov tried more than once to get approval to attract his own sponsors for his VR program, at least in the part of obtaining some expensive equipment. The solution to this seemingly simple task though was complicated by the specific conditions of more general sponsorship agreements. Western world has a more differentiated approach. Everything is strictly regulated, but at the same time there is a certain freedom of movement. Robert Redford used this freedom when establishing his independent film festival Sundance (nicknamed after his cinematic character, Sundance Kid). Over time, the festival grew into one of the main platforms for the works by young filmmakers not only in the USA, but also in the world. Today it is not a national, but an international festival, and, as Daniel Dayan rightly noted, it was based on a social program to support creativity of young people [13, pp. 43–52].

In Europe, many festivals are made involving European money—as part of the programs of the European Union. In Russia the main source of

funding is regional and municipal money with some complement from the federal budget. But our economic structure, when money first goes to the federal center, and then only part of it returns to the regions, limits the possibilities of the latter.

As for the Moscow Film Festival, *three cultures coexist within its framework*. The *first* is the state cultural policy that has changed several times over the past half century, influencing the ideological orientation of the festival and its capabilities depending on the international situation. The *second* is the culture of the “new Russians” that emerged on the basis of the market economy, which primarily focuses on the festival as an entertainment and celebration, meetings with stars and sponsor parties. And the *third* one, the main one for me, since it unites all the festivals of the world—the cinematic culture itself, which determines the content of the festival program.

Since the Soviet times the MIFF functions as the “festival of festivals”. In the past, due to censorship, it was difficult and almost impossible to watch commercial western films, and Hollywood blockbusters in the first place. Now, however, it is difficult and almost impossible to see high-quality feature, non-fiction and animated films in cinemas. Now blockbusters are everywhere, while experimental films, whose authors are in a state of artistic search, have less and less space left at the box office.

In the post-Soviet period, the MIFF changed the nature of its audience to a certain extent without changing its formula. People filled up stadiums to watch Hollywood blockbusters in the USSR; and in subsequent years experimental films would attract viewers into small halls of the Oktyabr movie center, the Documentary Cinema Center, the Pioneer and Garage summer venues and several other municipal cinemas. The audience has reduced due to the fact that prices have risen not only for cinema tickets, but also for railway and air transportation—travelling to the festival in Moscow has become too expensive. Previously, hundreds of people from all over the country took their leaves to come to the Moscow International Film Festival, and now only few are able to afford it. Among the other class A festivals, MIFF is distinguished for its principles and conditions for

selecting films. First of all, the selectors focus on the best works of domestic cinematography, which have difficulty making it to large international festivals. Priority is often given to cinematographies of the former Soviet republics—the so-called Eurasian cinematography. My colleagues are more active in looking for new regional film schools than representatives of other festivals. On the other hand now almost everyone is beginning to do this, except, perhaps, the largest shows.

As a result, MIFF often discovers talents. For example, Ruben Östlund, winner of the Palme d'Or of the 70th Cannes Film Festival, participated in the MIFF 2005 main competition with his first big film. It was in Moscow where the international or Russian premieres of the first or second films of Asghar Farhadi, Kim Ki-duk, Wang Quan'an took place. Among domestic filmmakers, Boris Khlebnikov and Alexei Popogrebsky can be named (the premiere of their *Koktebel* took place at the Moscow International Film Festival), as well as the author of *Dust* and *Chapiteau-show*, Sergey Loban. In general, quite a few new names of Russian filmmakers appear at the Moscow Film Festival. Sometimes the talent is discovered, but the further fate of the director turns out to be less fortunate than it seemed. For example, this happened to Jang Joon-hwan, director of *Save the Green Planet*. The film was a great success—it was expected that the director would have a great future, but something must have gone wrong for him. The festival organizers often face a choice: whether to take not very successful films by large directors, which large festivals have refused for various reasons, or, alternatively, to look for young talents that have not been noticed by Western selectors yet. The second way is more productive, of course.

The situation is different with out-of-competition screenings. As a rule, these are films which have already been shown at other festivals, so they are premieres for Russia. For instance, the MIFF 2019 program included the scandalously famous film *Human, Space, Time and Human* by the jury chairman Kim Ki-duk, presented in Berlin, with shocking scenes of sex and violence. I assumed I could show it after a conversation with the director on the Rossiya-Kultura channel in the “Kul't kino” cycle [“Cinema Cult” with

Kirill Razlogov]; but after watching it I realized that it was hardly possible and replaced it with the classic *Spring, Summer, Fall, Winter... and Spring*.

There is a high culture in another shock film of this festival, presented in Moscow after the Sundance and Berlinale festivals—the Brazilian parable *Divine Love* by director and artist Gabriel Mascaro. It offers a new version of the birth of the son of God in a new era and in a new environment. The new Mother of God is an office clerk, and the Immaculate Conception comes as a complete surprise to her—after all, she is married and, among other things, provides sex services to revive the male principle. She discovers that she is finally pregnant and checks all her partners for paternity, starting with her husband. After realizing that none of them is a father, she believes that this is the son of God. The film ends with the baby's birth, and as it turns out in the finale, he was the narrator. It was he who told us about his mother and how she had come to that.

It is within this range where something called “the festival in the postmodern world” is revealed, when the interaction and mixing of all genres, directions and trends are clearly traced. A vivid example is Ilya Khrzhanovsky's project *Dau*, a live reconstruction and installation, including more than ten films. Different versions of this post-postmodern project were presented in Berlin and London, and the most complete one—in Paris, but not in Moscow yet. This leaves in abeyance the question why, in order to see the work of a Russian artist, Russian people have to go to Paris and London? However, each festival, just like other media, has its boundaries.

CONCLUSIONS AND OUTLOOK

The festival movement is developing rapidly and, as it seems at first glance, haphazardly: there are more and more festivals, and they are quite different. Among the “big” international festivals, there is an unspoken hierarchy that does not always coincide with the FIAPF classification. For example, a non-competitive festival in Toronto is often put in second place after Cannes. Its importance is explained by the fact that it is considered

a kind of pass to the American film market, so huge and almost closed to non-English products. The festival in Rotterdam holds a specialized competition for the directors' first and second full-length films; but in terms of attracting films it successfully competes with the "second echelon" of class A festivals, which (after Cannes, Venice and Berlin) include Moscow, San Sebastian, Locarno and Karlovy Vary. Earlier I included Montreal (Canada) in this list of festivals, but in the recent years it has been in a deep crisis: the Montreal festival is dependent on the authority of one person—its founder, the famous Serge Losique, who, at an advanced age, lost all of the state and a significant part of sponsorship support.

The place of a festival in the hierarchy is determined empirically, depending on which one is preferred by the copyright holders in case of parallel applications from several festivals. The strongest festival wins. All festivals, as a rule, lose to Cannes, Venice and Berlin, but in the second echelon the struggle is head-to-head. Preferences are defined by cultural traditions. With films of the newly independent states of Central Asia, Kazakhstan and Armenia, Moscow usually has priority. Ukraine and Georgia, as well as countries of Central and Eastern Europe often prefer Karlovy Vary, and the Spanish-speaking territories of Europe and Latin America favour San Sebastian.

In terms of theory, one of the most famous researchers of the festival movement, Cindy Hing-Yuk Wong, Chinese working in the USA, distinguishes four main structural components of the festivals that allow answering the following questions:

What is cinema knowledge?

Who controls it?

How does it change over time?

In her book, *Film Festivals: Culture, People, and Power on the Global Screen*, she writes: "First, festivals showcase a complex world of films, international, historical, and especially contemporary..."

Second, film festivals actively cultivate new talents and works from all over the world through their scouting and selection, their film funds, and programs to train emerging filmmakers on a global scale...

Third, festivals intersect with other discourses and institutions in the wider construction of film as a field of knowledge... [14, p. 15].

Finally, all these roles raise important questions of who defines what is good for whom and how, where art and value are never defined by undisputed or neutral criteria" [14, pp. 14–15].

As a result, in parallel with the crisis of large festivals due to the multiplication of platforms for watching films on the Internet, a kind of inflation of festival life arises in the context of post-postmodernism. According to Nick Roddick, today cinema meets us not at a movie theater, but at a nearest server [15, pp. 159–167]. This gives rise to issues that Gilles Jacob was well aware of: "For me it is quite a question. On the one hand, one can only dream of demonstrating the best films simultaneously all over the world instead of concentrating them in one place. No need to go anywhere; journalists would be able to work from their apartments and houses. Instead of seeing only the foam of the event—because the stars, the red carpet, photographs, press conferences are just foam—people could watch the films. Why are reports from the Olympic Games so interesting? Because we see the very competitions; and here there is only foam. Some may say, of course, that films are of little interest to the mass audience; they just need to see Sharon Stone on the Cannes stairs for a moment. On the other hand, this eliminates the exclusivity of the event itself; there is a threat of a festival outburst, when even journalists do not have to go anywhere. But in this sense, I'm not afraid for Cannes. There must be one place in the world where you can watch a movie on a very large screen with excellent quality of both sound and picture, where 2400 people would gather for the solemn mass and then go to spread their faith around the world. In fact, the Cannes ritual is very religious: a gathering of believers, climbing stairs to heaven, Palme d'Or, various kinds of ceremonies... It was not by chance that Malraux insisted that the 21st century would be religious or not be at all. We find ourselves if not in a completely religious realm, then at least in a mythological one. And this will be so, since the festival will remain the best springboard for promoting the film" [8, p. 191]. I think it wouldn't be wrong to say that the organizers

of each festival would agree. And this leaves open the question posed by Mikhail Epshtein: in which cinema world do we live, post- or proto-festival? Can a festival come to our server, just like it comes now—as a pale shadow of a real event—to our TV screens? After all, festivals (and our image of them) are changing along with cinema and culture. Therefore, they have quite a realistic future.

REFERENCES

1. Epstein M. N. *Znak probela: o budushchem gumanitarnykh nauk* [Mapping Blank Spaces: On the Future of the Humanities]. Moscow: Novoye literaturnoye obozreniye Publ., 2004. 863 p.
2. Pisu S. The USSR and East-Central European Countries at the Venice International Film Festival (1946–1953). *Illuminace*. 2013. Vol. 25, no. 3, pp. 51–63.
3. Moskovskiy mezhdunarodnyy kinofestival' 1935 goda: protokol resheniya zhyuri [Moscow International Film Festival 1935: jury decision protocol]. *Kinovedcheskie zapiski* [Cinema notes]. 1995. No. 27, pp. 33–35.
4. Film Festival Networks: The New Topographies of Cinema in Europe. *Elsaesser T. European Cinema: Face to Face with Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2005, pp. 82–107.
5. Blahova J. National, Socialist, Global: The Changing Roles of the Karlovy Vary Film Festival, 1946–1956. *Cinema in Service of the State: Perspectives on Film Culture in the GDR and Czechoslovakia, 1945–1960*. Ed. by Lars Karl. New York: Berghahn Books, 2017, pp. 245–272.
6. Kürten J., Shuman E. Mnogoletniy glava berlinskogo kinofestivalya okazalsya natsistskim funktsionerom [The long-term head of the Berlin Film Festival turned out to be a Nazi functionary]. *Deutsche Welle*. 2020. 31 Jan. URL: <https://p.dw.com/p/3X611> (accessed 31.01.2020).
7. Valck M. *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2008. 250 p.
8. Razlogov K. E. *Moi festivali* [My festivals]. Moscow: OGI Publ., 2014. 514 p.
9. Plahov A. S. *Moy Berlinale* [My Berlinale]. Berlin: Euphoria Publ., 2013. 190 p.
10. XVIII kinofestival' "Belye stolby", 24 fevralya—2 marta 2014 goda: katalog [XVIII White Pillars Film Festival, February 24—March 2, 2014: catalog]. Moscow, 2014. 81p.

11. Razlogov K. E. Rol' kinofestivaley v razvitii ekrannoy kul'tury v Rossii [Role of film festivals in development of the screen culture in Russia]. *Yaroslavskiy pedagogicheskiiy vestnik. T. 1. Gumanitarnye nauki* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin. T. 1. Humanities]. 2013. No. 4, pp. 251–255.

12. Ruoff J. *Telluride in the Film Festival Galaxy*. St. Andrews: St. Andrews Film Studies, 2016. 137 p.

13. Dayan D. Looking for Sundance: The Social Construction of a Film Festival. *Moving Images, Culture, and the Mind*. Ed. by I. Bondebjerg. Luton: University of Luton Press, 2000, pp. 43–52.

14. Wong C. Hing-Yuk. *Film Festivals: Culture, People, and Power on the Global Screen*. Newark, N.J.: Rutgers University Press, 2011. 328 p.

15. Roddick N. *Coming to a Server near You: The Film Festival in the Age of Digital Reproduction. Film Festival Yearbook 1: The Festival Circuit*. Ed. by D. Iordanova, R. Rhyne. St. Andrews: St. Andrews Film Studies, 2009, pp. 159–167.

ABOUT THE AUTHOR:

KIRILL E. RAZLOGOV

D.Sc. (in Art History), Professor,
Department of Film Dramaturgy,
All-Russian State Institute of Cinematography;
Director, the Russian Institute of Culture Studies,
3, Wilhelm Pieck St., Moscow, 129226

ORCID: 0000-0002-2158-504X

e-mail: kirill.razlogov@gmail.com

**СТРУКТУРА
И СЮЖЕТ
В ЭКРАННЫХ
ПРОИЗВЕДЕНИЯХ**

**STRUCTURE
AND PLOT
IN VISUAL
ART WORKS**

УДК 654.1 + 008
ББК 76.032 + 71.05

DOI: 10.30628/1994-9529-2020-16.1-59-78
received 10.06.2019, accepted 27.03.2020

АМИНЕТ МАГАМЕТОВНА СИУХОВА

Майкопский государственный
технологический университет,
Майкоп, Россия
ORCID: 0000-0002-1629-0925,
e-mail: aminsi@mail.ru

ПОВСЕДНЕВНЫЕ ПРАКТИКИ В ДИСКУРСЕ НОВЫХ МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ КУЛИНАРНЫХ ШОУ)

Аннотация. В статье раскрывается вопрос об использовании повседневных практик в качестве содержания программ экранных медиа. Главным объектом анализа становится телевизионные программы, посвященные еде и кулинарии как наиболее популярные в ряду программ о повседневных практиках. Цель исследования — выявление факторов, обуславливающих постоянное производство и особую популярность кулинарных шоу на телевидении. Методология исследования основывается на системном подходе, позволяющем рассматривать осознанное приготовление еды как культуропродуцирующий феномен с философских, социологических и культурологических позиций. Важным направлением исследования становится выявление эстетического и художественного потенциала изображения пищевых продуктов посредством искусства.

Философским тезисом проводится мысль о том, что изначально еда в пространстве живой природы является главным условием ее физического существования, а осознанно приготовленная еда представляется культурной универсалией, кардинально отличающей человека от диких

животных. Культурологический подход к исследованию феномена еды заключается в способности еды кодировать значимые смыслы человеческой жизни, что содействовало введению ее в контекст разнообразных символических практик, таких как магия, религиозные обряды, искусство. Эстетическое осмысление еды исторически обусловлено проявлением интереса коллективного сознания к имманентной сущности кулинарии как магии, основанной на ее способности к воссозданию метаморфоз, т.е. трансформации исходных продуктов в свою противоположность (твердое в мягкое, жидкое в густое и пр.). Социологическое понимание значения еды акцентирует мысль, что совместное добывание пропитания, отстранение от его запасов «чужаков», формирование определенных табу при дележе добычи, и пр. организовали социальную структуру. Семантика «вечной борьбы за хлеб насущный» реализуется в кулинарных шоу, связанных с жесткой конкурентной борьбой. Главный вывод исследования заключается в том, что кулинария как форма повседневных практик современности в контексте медиа-искусства способна нести разнонаправленные смысловые нагрузки и выполнять миссию, обусловленную ценностными ориентирами авторов контента — от гуманистических идей создания гармонии человеческого существования в природе и социуме, до идей массовизации общества с императивным мотивированием индивидов на избыточное символическое потребление товаров и услуг.

Ключевые слова: повседневность, повседневные практики, новые медиа, еда, кулинария, магия, конкуренция, общество потребления, гуманизм

AMINET M. SIYUKHOVA

Maikop State Technological University,

Maikop, Russia

ORCID: 0000-0002-1629-0925,

e-mail: aminsi@mail.ru

EVERYDAY PRACTICES IN THE NEW MEDIA DISCOURSE (BY THE EXAMPLE OF COOKING SHOWS)

Abstract. The article addresses the everyday practices as the content of screen media programs. The main object of analysis is television programs devoted to food and cooking as the most popular ones in a series of programs about everyday practices. The purpose of the study is to identify factors that determine the constant production and particular popularity of cooking shows on television. The research methodology is based on a systematic approach that allows us to consider conscious cooking as a cultural-producing phenomenon from philosophical, sociological and cultural points of view. An important area of research is the identification of the aesthetic and artistic potential of representing food through art.

The idea that food in the space of living nature is initially the main condition for its physical existence, while consciously prepared food is a cultural universal that fundamentally distinguishes humans from wild animals, is drawn as a philosophical thesis. A culturological approach to the study of the phenomenon of food consists in the ability of food to encode meanings of human life, which contributed to its introduction into the context of various symbolic practices, such as magic, religious rites, and art. The aesthetic apprehension of food is historically determined by the interest of the collective consciousness in the immanent essence of cooking as magic, based on its ability to recreate metamorphoses, i.e. transformation of a product into its opposite (hard to soft, liquid to thick, etc.). The sociological understanding of the meaning of food emphasizes the idea that cooperative procurement of food, the removal of “strangers” from its reserves, the formation of certain taboos during the distribution of food, etc., have organized a social structure. The semantics of the “eternal struggle for daily bread” is realized in cooking shows associated with fierce competition.

The main conclusion of the study is that cookery, as a form of everyday practices of our time in the context of media art, can carry multidirectional semantic charges and fulfill missions determined by the values of the content authors—from humanistic ideas to harmonize our existence in nature and society, to ideas of society massification with an imperative motivation of

individuals for excessive symbolic consumption of goods and services.

Keywords: everyday life, everyday practices, new media, food, cooking, magic, competition, consumer society, humanism

Повседневность представляется такой же значимой категорией, как время, пространство, бесконечность, бытие и ничто. В повседневной жизни человек осознанно действует, вырабатывая ценностно-смысловые основания своего существования, включается в социальное взаимодействие в рамках своего общества на основе общих форм обыденных практик. Совместные действия в ходе естественного бытия организуют повседневный опыт участников этого взаимодействия, являются предпосылками повседневного познания, нормами общения и процедурами осмысления социальных фактов. Их специфической особенностью является то, что они представляют собой практическое повседневное социальное знание. Это знание имеет безусловный характер, является беспроблемным, однородным, предзаданным для каждого отдельного человека [1, с. 179].

Рутинa повседневности отдельного человека или группы людей охватывает большую часть времени их жизни. Уже только поэтому она требует разностороннего осмысления в границах социально-гуманитарного и философского знания. Так, в исследовании современного автора И.П. Поляковой «Повседневность в социально-философском контексте: теоретико-методологический анализ» отмечается, что традиционно интерпретация повседневности в трудах мыслителей, начиная с эпохи Античности до Нового времени, склоняется к негативному ее истолкованию как явлению нелогичному, вынужденному, довлеющему над человеком и вызывающему неустанную тревогу о личном благополучии. При этом высказывается справедливая мысль, что в последнее столетие отношение к повседневности поменялось, и в коллективном сознании социума возросла ее ценность [2, с. 18]. В подтверждение данному тезису можно привести мысли А. Щютца, трактующего повседневность с позиций феноменологической социологии. Дом как место постоянного обитания человека в повседнев-

ном взаимоотношении с близкими людьми, набором элементарных форм взаимодействия и обмена мыслитель определяет как место, откуда человек выходит и куда хочет вернуться для ощущения устойчивости бытия [3, с. 215]. В другом сочинении он пишет: «... повседневность предстает перед нами как смысловой универсум, совокупность значений, которые мы должны интерпретировать для того, чтобы обрести опору в этом мире, прийти к соглашению с ним». [4, с. 131]. Теоретически обосновывает повышение статуса повседневности исследователь В.Д. Лелеко, который указывает, что на рубеже XX-XXI вв. повседневность, бывшая прежде на периферии культуры, становится культурно значимой [5, с. 20]. Современный американский автор М.Т. Райан (М.Т. Ryan) затрагивает близкую тему для нашего исследования, рассматривая средства массовой информации в контексте формирования образа жизни американцев в структуре повседневной жизни в гендерном, классовом и политическом аспектах [6].

В качестве аксиомы мы можем утверждать, что в обыденном сознании повседневность противостоит ритуализованному празднику и тризне, и реализуется в таких формах деятельности, как общение с ближайшими родственниками, стирка, уборка, уход за животными и растениями, приготовление и прием пищи, организация сна, ежедневные походы на работу и в магазин. Потребление информации из медиа-источников также сегодня прочно вошло в перечень повседневных практик. Домашняя, бытовая, повседневная среда пребывания человека в информационном обществе становится процессом постоянного научения и формирования новых культурных практик [7, с. 3].

Понятие «новые медиа» сегодня находится в процессе дискуссионного осмысления, и каждый исследователь имеет собственные основания вкладывать в него определенные характеристики, о чем пишет, например, А.Г. Пастухов. Он отмечает: «Изучение «новых медиа» и их форм принято ограничивать понятием «СМИ», но этого не достаточно ещё и по причине того, что новые формы массовой коммуникации, различаемые в прессе или на телевидении, исключают, по-видимому, всякое взаимодействие» [8, с. 184]. В рамках нашего

исследования под новыми медиа мы будем понимать электронные формы трансляции информации, в историческом контексте являющиеся самыми последними технологиями в сфере коммуникации по сравнению с печатными СМИ. Также к свойствам новых медиа нами относится качество интерактивности, т.е. возможность реципиента самостоятельно управлять временем и способом потребления контента.

В последние годы, как никогда ранее, новые медиа, к которым мы, помимо разнообразных форм передачи информации посредством электронных технологий, относим экранные формы (ТВ, Интернет), обладая способностью визуально-интерактивного репрезентирования потока информации, достаточно большой сегмент эфирного времени посвящают программам, так или иначе связанным с повседневными практиками. В фокусе авторов видео оказываются ремонт квартиры, работы на дачном участке, выбор и покупка одежды, приобретение и ремонт автомобилей и пр. Следует признать, что первыми в этом списке стоят программы о еде и ее приготовлении. Все общедоступные телеканалы имеют в своей сетке вещания подобные передачи, а также существуют специализированные каналы, полностью посвященные этой теме (Кухня-ТВ, Телекафе, Food Network и др.). Помимо официальных телевизионных каналов, действует множество любительских каналов на хостинге YouTube, где самодельные авторы предлагают собственные версии программ о кулинарии. Что же заставляет одних производить данные программы, а других стабильно их смотреть, невзирая на то, что практика приготовления и поглощения еды обыденна, часто рутинизирована, постоянна? Для ответов на эти вопросы мы осуществили экскурс в теорию проблемы, рассматривающую ее с позиций культурологии, социологии и отчасти психологии, провели контент-анализ сетки телевещания спутникового телевидения медиапровайдера Ростелеком за период с середины февраля по конец марта 2019 г. с вычленением из нее передач о питании и кулинарных шоу, а также проанализировали архивные записи популярных кулинарных шоу прошлого, размещенные в свободном доступе на Интернет-портале YouTube.

Вопрос о роли кулинарии в развитии общества достаточно широко обсуждается в научных кругах. Каждая отрасль гуманитарной науки высказывает собственные доводы в пользу особой важности социальной функции осмысленной деятельности по приготовлению пищи на раннем этапе формирования общественной жизни. Общепринятым тезисом звучит мысль о том, что изначально еда в пространстве живой природы является главным условием ее физического существования, а осознанно приготовленная еда представляется культурной универсалией, кардинально отличающей человека от диких животных. Исследуя этимологию слова «еда», Н.С. Марушкина отмечает близость понятий «есть — принимать пищу» и «есть — существовать, быть живым» [9, с. 21.].

Культурологический подход к исследованию феномена еды заключается, прежде всего, в том, что она (как предмет и как процесс) выражает собой культурный код, при помощи которого маркируются многие стороны человеческой жизни, придавая им этническую и национальную специфику, историческую и ландшафтно-климатическую определенность. Так, авторы Е.Д. Мелешко и Л.Н. Набилкина видят в повседневном аспекте еды «скрытый», сакральный смысл, определяющий духовное значение (поедание тотема, вкушение тела Христова) как ограничение и табуирование еды. Таким образом, считают они, феномен еды в контексте соотношения профанности и сакральности представляет собой фактор преодоления повседневности, переход к ее новому уровню «внеповседневного» [10, с. 28]. Исторический взгляд на еду в аспекте изменения потребляемых продуктов, способов принятия пищи и форм зависимости людей от еды за последние 10000 лет (голод, эпидемия ожирения, влияние на здоровье генно-модифицированных продуктов и пр.) раскрывает в своей книге «Вечный праздник: Десять тысячелетий продовольственной глобализации» Кеннет Ф. Кипл (Kiple K.F.) [11]. Американские авторы Кевин М. Фицпатрик и Дон Уиллис (Fitzpatrick K.M., Willis D. A) в сборнике междисциплинарных очерков исследуют отношения между едой и местом как типом культурного ландшафта, раскрывают темы глобали-

зации и локализации продовольствия, влияния изменений в форме производства и потребления пищи на наступление более широких социальных последствий [12]. С историко-культурологических позиций рассматривает тему еды и кулинарных текстов в широком смысле (сборников рецептов, кулинарных практик) К. Вестер (K. Vester). В них автор видит символический способ формирования культурной идентичности и социальной иерархии в Соединенных Штатах, метод эффективного влияния как на установление социального порядка, так и на проявления культурного сопротивления [13].

Наше исследование носит более прикладной характер. Оно затрагивает узкий сегмент проблемы значения концепта еды в культуре, касающийся причин постоянного использования образа еды в медиатекстах, вследствие чего в большей мере строится на анализе эмпирического материала.

Способность еды кодировать значимые смыслы человеческой жизни содействовало введению ее в контекст разнообразных символических практик, будь то магия, религиозные обряды, искусство. Если говорить об экранных искусствах, то первопроходцами в этом стали живописцы, на экране полотна запечатлевающие еду, означающую, помимо самой себя, еще нечто, несущее дополнительные смыслы — бренности жизни (натюрморты Караваджо и Снейдерса), религиозной веры (изображение еды и трапез у Веласкеса), неприкаянности советского быта и двойных стандартов в идеологии (натюрморт с рыбой на газете «Правда» Оскара Рабина), парадоксы общества потребления («Кока-кола», или «Суп» Энди Уорхола) и пр.

Самым ранним проявлением интереса коллективного сознания к сущности кулинарии как магии можно считать ее способность к воссозданию метаморфоз, т.е. трансформации исходных продуктов в свою противоположность: твердое может стать мягким (зерно — хлеб), жидкое — густым (студень), зеленое — красным (вареные морепродукты), зловонное — источающим тонкий аромат (грибы, капуста) и пр. Не единожды в кулинарных шоу мы могли наблюдать, когда ведущий программы, помешивая что-нибудь на сковороде, с таин-

ственным видом произносит: «Вот сейчас произойдет волшебство...». Сказка, волшебство, чудо как элементы мифологического сознания через кулинарные практики, заключенные в границы экрана, входят в современную рациональную, и часто пресную, жизнь индивида как форма искусства, придавая ей эмоциональную насыщенность и вкус. Очевидно, что это может являться одним из факторов популярности кулинарных передач на телевидении.

Метаморфозы, свойственные кулинарному ремеслу, проявляются прежде всего эстетически: через визуализацию сочетания цветов, форм, динамики процессов их изменения. Разнообразие продуктов, применяемых в гастрономии, бесконечно велико, что также становится источником для художественно-композиционного комбинирования кадра, вызывающего необходимый эмоциональный отклик у публики. Например, кадр-заставка к передаче «Еда живая и мертвая» представляет собой горку гамбургеров, сложенную в форме пирамиды (Рис. 1).



Рис. 1. Кадр из телепрограммы «Еда живая и мертвая» (канал НТВ, февраль, 2019).

Fig. 1. A shot from the program *Eda zhivaya i mertvaya* [Living and Dead Food]

(NTV channel, February, 2019).

Не без иронии, идейный посыл программы о вреде фастфуда выражается в обращении к форме и цвету египетской пирамиды — по

сути гробницы. Черный фон добавляет настроения смертности. Однако, яркие пятна овощей, выглядывающие из бутербродов, снимают трагичность содержания, настраивая зрителя на позитивный лад, т.е. те страхи, которые нагнетаются в вербальном тексте, в реальности кажутся не такими уж и страшными, и ничего не произойдет, если иногда позволить себе съесть что-нибудь вредное.

Красота еды иногда настолько изысканная и утонченная, что в кадре она присутствует как дополнительный аксессуар, украшающий ведущего. Больше всего на роль аксессуаров подходят фрукты и кондитерские изделия. Красивые пирожные или сочные фрукты как бы транслируют свою эстетическую энергию тому, кто их сделал или в кадре держит в руках, а тот в свою очередь передает эту энергию зрителям. Невозможность передать средствами визуальных медиа запахи, важную составляющую приготовленных блюд, легко компенсируется воображением воспринимающего сознания, имеющего опыт взаимодействия с едой на протяжении всей жизни.



Рис. 2. Кадр из программы «Из города на ранчо. Вкусные рецепты от Ри» (канал Food Network, февраль, 2019).

Fig. 2. A shot from the program *Iz goroda na rancho. Vkusnye retsepty ot Ree* [From the City to the Ranch. Ree's Delicious Recipes; original name: *The Pioneer Woman*] (Food Network Channel, February, 2019).

Подойдем к значению пищи с социологических позиций. Социологи утверждают, что пища стала компонентом первичного социума, особенно его экономического базиса в виде отношений собственности. Так, Ю.В. Веселов обращает внимание на то, что уже в примитивном обществе хозяйственная деятельность по обеспечению продуктами питания социально нормирована, т.е. все, что производится посредством присваивающего способа, не сразу употребляется в пищу, а сначала делится между членами племени в соответствии с закрепленными в обрядах и обычаях принципами. Также ученый отмечает, что питание в широком смысле — как процесс производства продуктов, их приготовления и потребления — это институционально оформленная деятельность. Она строго нормирована и регулируется со стороны социальных групп — семьи и общины; народности и нации; общества в целом. Отличается мужская и женская пища, взрослая и детская и т.д. [14, с. 96]. Совместное добывание пропитания, отстранение от его запасов «чужаков», формирование определенных табу при дележе добычи, распределение ее особым образом среди членов первобытного стада/племени, в конечном счете организовали, по замечанию авторов И.Л. Андреева и Л.Н. Назаровой, социальную структуру [15, с. 101].

Как видим, помимо того, что еда выражает символические смыслы и является элементом духовной культуры, она обладает материальной ценностью — на начальном этапе человеческой истории самой значимой в аспекте конкурентной борьбы за ее обладание. Борьба за хлеб насущный может носить характер жесточайшего поединка, с мощным выбросом адреналина. В то же время, адреналин — важная составляющая успеха также и современных видов развлекательного телевидения. Становится понятным причина чрезвычайной популярности кулинарных шоу, в содержании которых есть открытое противоборство, и чем оно жестче, тем дольше продолжает существовать шоу. Ярким примером может служить сериальная программа «Адская кухня» (ведущий Гордон Рамзи), первый выпуск которой состоялся в США в 2005 г., а шоу продолжалось 18 сезонов.

В России права на использование идеи были реализованы в 2012 г., и до 2018 г. было снято 4 сезона. На кону состязания стоял выигрыш либо места шеф-повара в элитном ресторане, либо внушительная сумма денег. И то, и другое может быть рассмотрено с точки зрения эквивалента еды — «престижная работа — хороший доход — много вкусной еды». В дискурсе этого шоу непосредственное приготовление пищи отходит на второй план, а на авансцену выходит страсть, психологические столкновения соперников, а также драматичные конфликты единомышленников внутри команд. На жестоком противоборстве также построены отечественные серийные программы «Рецепт на миллион. Битва кулинаров» (2002-2016 гг., первый ведущий Дмитрий Назаров), «Битва шефов» (2016-2017 гг., ведущий Глеб Пьяных). Чрезвычайная популярность этих программ доказывается тысячами просмотров на YouTube. Драматизм содержания шоу поддерживается визуальными художественными средствами, основанными на метаморфозности. Миловидная девушка неожиданно «скалится» в объектив и демонстрирует «кусающую» мимику, на секунду превращаясь в дикого зверя, готового разорвать любого, кто посягнет на ее добычу (Рис. 3).

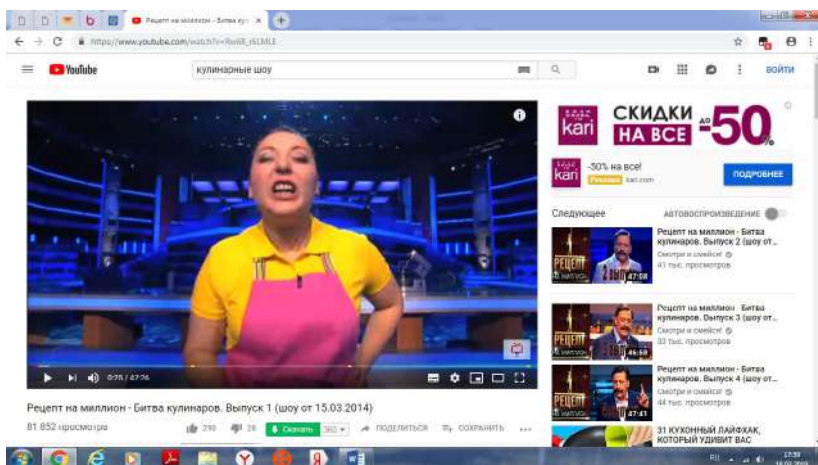


Рис. 3. Кадр из программы «Рецепт на миллион. Битва кулинаров», размещенной на YouTube.

Fig. 3. A shot from the program *Retsept na million. Bitva kulinarov* [A Recipe for a Million. Battle of the Cooks] posted on YouTube.

Привычные поварские инструменты могут быть показаны как опасные орудия, способные уничтожить врага (Рис. 4).

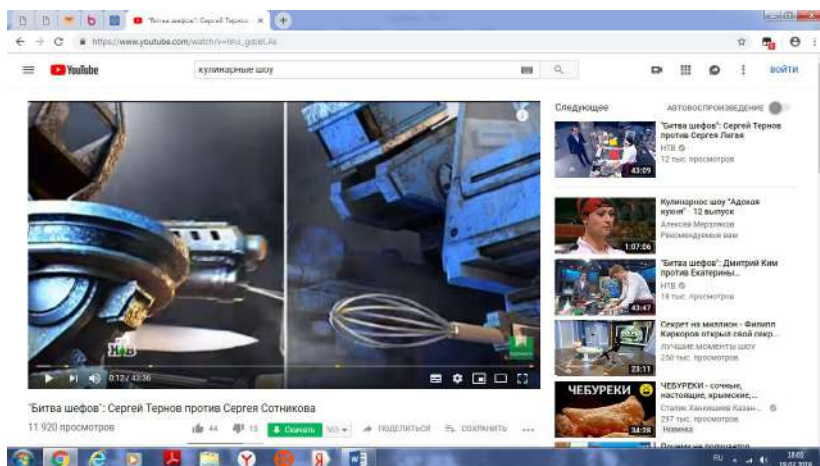


Рис. 4. Кадр из программы «Битва шефов», размещенной на YouTube.
Fig. 4. A shot from the program *Bitva shefov* [Battle of the Chefs] hosted on YouTube.

По справедливому замечанию Е.Л. Яковлевой, индивид в пространстве современной городской жизни постоянно ощущает нехватку эмоций, что значительно ограничивает его мир и творческий потенциал [16, с. 9]. Психологический подход к значению кулинарии в системе экранных искусств основывается именно на этом постулате. Автор, ссылаясь на К.С. Пигрова [17, с. 151], замечает: «Чтобы «представить знание о полноте бытия», необходимо «само непосредственное переживание полноты бытия». Вследствие этого личность постоянно ищет свежие впечатления, осваивая новые горизонты и интересуясь, не в последнюю очередь, гастрономической культурой и кухней народов мира, то есть тем, что ему неизвестно с целью освоения Другого/иного и привнесения в свою жизнь» [16, с. 12]. Телевидение отвечает на данный запрос выпуском программ о путешественниках, совершающих вояжи, для того чтобы попробовать заморские яства («Поедем поедим» и др.).

Компенсаторная функция публикации кулинарного текста, снабженного ярким видеорядом иллюстраций, отмечалась по поводу издания культовой «Книги о вкусной и здоровой пище» выпуска пятидесятых годов XX века. Считалось, чем беднее жизнь и скуднее рацион питания в обществе, тем возникает больший интерес к изображению продуктового изобилия. Очевидно, что в кризисные времена усиливаются функции мифологического сознания, заставляющего первобытных людей изображать в пещерах животных в надежде, что они оживут по законам мистики, либо привлекут к себе живых собратьев. Времена страха голода канули в прошлое, в странах устойчивого принятия телевизионного сигнала и Интернет-трафика сформировалось общество потребления с избыточным производством пищевых продуктов, однако тяга к мистичному изображению снеди и восприятию изображенного осталась. «Раньше перед едой молились, сейчас — её фотографируют и выкладывают в Instagram», - выразительно звучит заглавие статьи А.Ю. Мельниковой и М.М. Чудиновой [18]. Можно утверждать, что сегодня изменился семантический смысл изображения снеди, ее приготовления и потребления — мистика изображенной еды стала теперь направлена не на притягивание сытости как условия существования и счастья, а как привлечение социального успеха, статусности личности. Еще в начале XX века выдающийся немецкий социолог Г. Зиммель заметил: «Там, где посредством еды, кроме цели насыщения, достигается еще эстетическое удовольствие, возникают дополнительные затраты, которые не только легче переносятся обществом, чем индивидом и которые благодаря этому получают значительную поддержку» [19, с. 189]. К эстетизации трапезы как таковой примыкает эстетизация изображения трапезы, и всего, что ей предшествует. Медиатекст кулинарных шоу, таким образом, по теории Бодрийера, выстраивает систему символического потребления, т.е. еда и кулинария в данном случае выступают «симулякром» [18].

В качестве обобщения можно перечислить основные положения, которые отвечают на вопрос: в чем состоит притягательность экранных публикаций о еде и ее приготовлении?

1. Приготовленная еда представляется одним из самых ранних носителей человеческих смыслов, т.е. является фактором формирования духовной культуры.

2. Мистика и волшебство превращения в свою противоположность ингредиентов кулинарии в процессе готовки в системе экранных искусств актуализируют мифологическое сознание современного человека, делают его более эмоционально восприимчивым.

3. Еда как материальная жизненно обеспечивающая ценность является источником постоянной скрытой или явной борьбы.

4. Продукты питания обладают чрезвычайной эстетической выразительностью благодаря своим физическим свойствам, а при изображении на экране данные качества еще более усиливаются.

5. В современном обществе еда как предмет и процесс представляется объектом символического потребления, укрепляющего статусные характеристики индивидов. Художественное изображение приготовления и поглощения еды призвано тиражировать символические образцы, стимулируя массовые продажи продуктов и услуг общественного питания.

6. «Рамочное», запрограммированное существование современного городского человека в условиях давления экономического менеджмента, с одной стороны, ограничивает получение новых впечатлений в реальной жизни, с другой — вызывает ностальгию по традиционной жизни, с размеренным темпом, без беспокойства о завтрашнем дне, с эмоционально естественным общением с близкими людьми (бессознательное тяготение к преодолению идеологии общества потребления). Кулинарные передачи о приготовлении еды для своих детей или друзей, радостное совместное вкушение часто очень незатейливых блюд настраивают зрителя на достижимость простого человеческого счастья.

Таким образом, кулинария как форма повседневных практик современности в контексте медиа-искусства способна нести разнонаправленные смысловые нагрузки и выполнять миссию, обусловленную ценностными ориентирами авторов контента — от гуманистических

идей создания гармонии человеческого существования в природе и социуме, до идей массовизации общества с императивным мотивированием индивидов на избыточное символическое потребление товаров и услуг, приносящее реальные прибыли их производителям. Претензия на универсальность темы кулинарии для использования в медиа-контенте выводит передачи данного содержания за рамки моды или «формата» в ограничительном смысле. Зрителю же для просмотра остается только выбирать из них, исходя из собственных предпочтений — эстетических, познавательных и этических в том числе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анистратенко Т. Г. Самоопределение личности в повседневных жизненных практиках: трансдисциплинарный подход // Общество и право. 2017. № 1(59). С. 177–181.

2. Полякова И. П. Повседневность в социально-философском контексте: теоретико-методологический анализ: дис. ... д-ра филос. наук: 09.00.11. М., 2011. 352 с.

3. Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2003. 334 с.

4. Шютц А. Структура повседневного мышления // Социологические исследования. 1988. № 2. С. 129–137.

5. Лелеко В. Д. Культурология повседневности: становление и современное состояние // Фундаментальные проблемы культурологии: в 4 т. / отв. ред. Д. Л. Спивак. СПб.: Алетейя, 2008. Т. 1. Теория культуры. С. 377–389.

6. Ryan M. T. Lifestyle media in American culture: Gender, class, and the politics of ordinariness. New York; London: Taylor & Group, 2018. 222 p.

7. Банных Г. А. Информационная культура в повседневных практиках городского жителя // Экономика, общество, человек: теория, методология, реальность: сб. научных публикаций: в 2 ч. / Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский государственный экономический университет. Екатеринбург: Изд-во Уральск, гос. экономич. ун-та, 2015. Ч. 2. С. 3–5.

8. Пастухов А. Г. О границах медиа: новые медиа и новая медийная культура // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2015. № 1(64). С. 182–188.

9. Марушкина Н. С. Концепт «еда» в контексте диалога культур: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. Иваново, 2014. 154 с.
10. Мелешко Е. Д., Набилкина Л. Н. Феномен еды как культурный код // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. 2017. № 4(24). С. 26–31.
11. Kiple K. F. Ten Millennia of Food Globalization. New York: Cambridge University Press, 2007. 386 p.
12. Fitzpatrick K. M., Willis D. A Place-Based Perspective of Food in Society. New York: Palgrave Macmillan, 2015. 281 p.
13. Vester K. A Taste of Power: Food and American Identities. Oakland, California: University of California Press, 2015. 283 p.
14. Веселов Ю. В. Повседневные практики питания // Социологические исследования. 2015. № 1(369). С. 95–104.
15. Андреев И. Л., Назарова Л. Н. Социология жизни: динамика еды — от пищевых цепей к гуманистической биополитике // Социологические исследования. 2016. № 7(387). С. 101–109.
16. Яковлева Е. Л. Фронтирность гастрономических повседневных практик // Журнал фронтирных исследований. 2018. № 1(9). С. 7–16.
17. Пигров К. С. Философия в сенсорных пространствах // Звучащая философия: сб. матер. конференции. СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. С. 147–158.
18. Мельникова А. Ю., Чудинова М. М. Раньше перед едой молились, сейчас — её фотографируют и выкладывают в Instagram // Диалоги о культуре и искусстве: матер. VI Всероссийской науч.-практ. конф. с международным участием: в 2 ч. / отв. ред. А. В. Макина. Пермь: Упр. науч.-исслед. деятельности Пермского гос. ин-та культуры, 2016. Ч. 2. С. 292–295.
19. Зиммель Г. Социология трапезы // Социология: теория, методы, маркетинг. 2010. № 4. С. 187–192.
20. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: Рудомино, 1999. 218 с.

REFERENCES

1. Anistratenko T. G. Samoopredelenie lichnosti v povsednevnykh zhiznennykh praktikakh: transdistsiplinarnyy podkhod [Personal identity in daily life practices: a transdisciplinary approach]. *Obshchestvo i pravo* [Society and Law]. 2017. No. 1(59), pp. 177–181.
2. Polyakova I. P. *Povsednevnost' v sotsial'no-filosofskom kontekste: teoretiko-metodologicheskii analiz* [Everyday life in the socio-philosophical context: theoretical and methodological analysis. Dr. Sci. Diss.]. Moscow, 2011. 352 p.

3. Schütz A. *Smyslovaya struktura povsednevnogo mira: Ocherki po fenomenologicheskoy sotsiologii* [The meaningful structure of the everyday world: Essays on phenomenological sociology]. Moscow: Institut fonda "Obshchestvennoe mnenie" Publ., 2003. 334 p.

4. Schütz A. *Struktura povsednevnogo myshleniya [The structure of everyday thinking]. Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. 1988. No. 2, pp. 129-137.

5. Leleko V. D. *Kul'turologiya povsednevnosti: stanovlenie i sovremennoe sostoyanie* [Cultural studies of everyday life: formation and current status]. *Fundamental'nye problemy kul'turologii* [Fundamental problems of cultural studies]. St. Petersburg: Aletheia Publ., 2008, Vol. 1, pp. 377–389.

6. Ryan M. T. *Lifestyle Media in American Culture: Gender, Class, and the Politics of Ordinarity*. New York and London: Taylor & Francis Group, 2018. 222 p.

7. Bannykh G. A. *Informatsionnaya kul'tura v povsednevnykh praktikakh gorodskogo zhitelya* [Information culture in everyday practices of urban residents]. *Ekonomika, obshchestvo, chelovek: teoriya, metodologiya, real'nost': sb. nauchnykh publikatsiy* [Economics, society, man: theory, methodology, reality: collection of scientific publications]. Ekaterinburg: Ural State University of Economics Publ., 2015, part 2, pp. 3–5.

8. Pastukhov A. G. *O granitsakh media: novye media i novaya mediynaya kul'tura* [About the boundaries of media: new media and new media culture]. *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki* [Scientific notes of the Orel State University. Series: Humanities and Social Sciences]. 2015. No. 1(64), pp. 182–188.

9. Marushkina N. S. *Kontsept "eda" v kontekste dialoga kul'tur* [The concept of "food" in the context of a dialogue of cultures. Cand. Sci. Diss.]. Ivanovo, 2014. 154 p.

10. Meleshko E. D., Nabilkina L. N. *Fenomen edy kak kul'turnyy kod* [The phenomenon of food as a cultural code]. *Gumanitarnye vedomosti TGPU im. L.N. Tolstogo* [Humanitarian Bulletin of Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University]. 2017. No. 4(24), pp. 26–31.

11. Kiple K. F. *Ten Millennia of Food Globalization*. New York: Cambridge University Press, 2007. 386 p.

12. Fitzpatrick K. M., Willis D. *A Place-Based Perspective of Food in Society*. New York: Palgrave Macmillan, 2015. 281 p.

13. Vester K. *A Taste of Power: Food and American Identities*. Oakland, California: University of California Press, 2015. 283 p.

14. Veselov Yu. V. Povsednevnye praktiki pitaniya [Daily nutrition practices]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. 2015. No. 1(369), pp. 95–104.

15. Andreev I. L., Nazarova L. N. Sotsiologiya zhizni: dinamika edy—ot pishchevykh tsepey k gumanisticheskoy biopolitike [Sociology of life: dynamics of food— from food chains to the humanistic biopolitics]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. 2016. No. 7(387), pp. 101–109.

16. Yakovleva E. L. Frontirnost' gastronomicheskikh povsednevnykh praktik [Frontier gastronomic everyday practices]. *Zhurnal frontirnykh issledovaniy* [Journal of frontier studies]. 2018. No. 1(9), pp. 7–16.

17. Pigrov K. S. Filosofiya v sensornykh prostranstvakh [Philosophy in the sensory spaces]. *Zvuchashchaya filosofiya: sbornik materialov konferentsii* [Sounding philosophy: Collection of conference materials]. Saint-Petersburg: St. Petersburg University Publ., 2003, pp. 147–158.

18. Mel'nikova A. Yu., Chudinova M. M. Ran'she pered edoy molilis', seychas — ee fotografiruyut i vykladyvayut v Instagram [Previously, they prayed before eating, now they take pictures of it and upload it on Instagram]. *Dialogi o kul'ture i iskusstve: materialy VI Vserossiyskoy nauch.-prakt. konferentsii* [Dialogues about culture and art: Collection of conference materials]. Perm: Perm State Institute of Culture Publ., 2016, part 2, pp. 292–295.

19. Simmel G. Sotsiologiya trapezy [The sociology of the meal]. *Sotsiologiya: teoriya, metody, marketing* [Sociology: theory, methods, marketing]. 2010. No. 4, pp. 187–192.

20. Baudrillard J. *Sistema veshchey* [The system of objects]. Moscow: Rudomino Publ., 1999. 218 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

АМИНЕТ МАГАМЕТОВНА СИУХОВА

доктор культурологии,

профессор кафедры философии,

социологии и педагогики,

Майкопский государственный технологический университет,

385000, Майкоп, ул. Первомайская, д. 191

ORCID: 0000-0002-1629-0925

e-mail: aminsi@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR:

AMINET M. SIYUKHOVA

Doctor of Cultural Studies

Professor, Department of Philosophy,

Sociology and Pedagogy,

Maikop State Technological University,

385000, Maikop, Pervomaiskaya str., 191

ORCID: 0000-0002-1629-0925

e-mail: amins@mail.ru

**ЯЗЫК
ЭКРАННЫХ
МЕДИА**

**THE LANGUAGE
OF VISUAL
MEDIA**

УДК 654.1 + 791.4 + 316.7
ББК 76.032 + 85.38 + 60.56

DOI: 10.30628/1994-9529-2020-16.1-81-160
received 01.08.2019, accepted 27.03.2020

АЛЕКСАНДР ВЯЧЕСЛАВОВИЧ ШАРИКОВ
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»,
ORCID: 0000-0001-6035-5960
e-mail: asharikov@hse.ru

ТРАНСЛЯЦИИ И ПРОСМОТРЫ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ НА РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ: ТЕНДЕНЦИИ 2018–2019 ГОДОВ*

Аннотация. В статье описываются результаты эмпирического исследования, цель которого — выявить новейшие тенденции в трансляциях и просмотрах художественных фильмов на ведущих российских телеканалах в 2018–2019 гг. На основе базы данных компании «Медиаскоп» были проанализированы кинотрансляции на 29 ведущих российских каналах за период с 31 декабря 2017 года по 10 марта 2019 года. Выявлены 23548 эфирных единиц, описывающих художественные фильмы, на 26 телеканалах, в среднем на канал — 14,7 в неделю, 2,1 в сутки. Всего обнаружено 5418 названий художественных фильмов 78-ми стран-производителей, выпущенных с 1921 по 2019 годы. Каждый фильм транслировался в среднем 4,3 раза. В кинотрансляциях и в просмотрах доминируют отечественные ленты (СССР и РФ) и фильмы производства

* Объем настоящей статьи существенно превысил публикационные нормативы, принятые в журнале. Объясняется это тем, что представленный текст появился в результате исследования, ставшего в российском и зарубежном академическом пространстве во многом уникальным. Отмеченные обстоятельства и побудили редакционную коллегию рассмотреть данный случай в качестве исключения, приняв материал к печати без каких-либо сокращений (*прим. редакционной коллегии*).

США. Аудитория чаще выбирает фильмы, выпущенные в последнее десятилетие (2010–2019). Самую большую аудиторию по выборке в целом собирают отечественные ленты, демонстрируемые в праздничные дни на четырех российских каналах — «России-1», «Первом канале», «НТВ» и «СТС». Обнаружены различия в величине аудитории кинотрансляций между мужчинами и женщинами, которые, предположительно, могут быть объяснены психологическими механизмами идентификации с персонажами фильмов. Выявлена возрастная типология взрослой аудитории кинотрансляций (от 18 лет), которая включает в себя группы 18–20 лет, 21–59 лет, 60 лет и старше и отражает специфику образа жизни, обусловленную особенностями поведения россиян разного социального статуса в старшем юношеском, основном работоспособном и пенсионном возрасте.

Ключевые слова: художественный фильм, телевидение, кинотрансляция, аудитория, телеканал, просмотр

ALEXANDER V. SHARIKOV

Higher School of Economics
National Research University,
ORCID: 0000-0001-6035-5960
e-mail: asharikov@hse.ru

BROADCASTING AND VIEWS OF FEATURE FILMS ON RUSSIAN TELEVISION: TRENDS OF 2018–2019*

Abstract. The article describes the results of an empirical study aimed at identifying the latest trends in broadcasting and viewing of feature films on leading Russian television channels in 2018–2019. On the basis of the Mediascope database, films broadcast on 29 leading Russian channels for the

* **Editors' note.** The size of this article significantly exceeds the publication standards adopted in the journal. This is due to the fact that the presented text is a result of a research, which has become largely unique in the Russian and foreign academic space. These circumstances prompted the editorial board to consider this case as an exception, accepting the material for publication without any abridgement.

period from December 31, 2017 to March 10, 2019 were analyzed. 23548 items describing feature films were broadcast on 26 television channels, on average—14.7 a week, 2.1 a day per channel. A total of 5418 feature films were discovered, which were produced by 78 countries and released from 1921 to 2019. Each film was aired 4.3 times on average. Domestic films (USSR and Russia) and films produced by the USA dominate in the number of broadcasts and views. More often the audience prefers films released in the last decade (2010–2019). The largest audience among the sample groups as a whole was attracted by domestic films shown on holidays on the four Russian channels: “Russia-1”, “Channel One”, “NTV” and “STS”. Differences were found in the size of the male and female TV audiences, which, presumably, can be explained by the psychological mechanisms of self-identification with the characters of films. The age-related typology of adult audience (18+ years old) is revealed, including groups of 18–20 years old, 21–59 years old, and 60+ years old and reflects the specificity of lifestyles due to the behaviour characteristics of the Russian young adults, adults and senior citizens with various social backgrounds.

Keywords: feature film, television, film broadcasting, audience, television channel, viewing

Взаимоотношения художественного кинематографа и телевидения — тема не новая и не раз затрагивались в отечественных научных трудах. Ее начало следует искать в публикациях 1960-х годов. Тогда в связи с быстрым распространением телевидения в СССР начались исследования, в которых сравнивалась «эффективность воздействия различных средств пропаганды», в частности, между телевидением и кинематографом. В тот же период времени возникло понятие «телефильм», и начались дискуссии о том, чем кинофильм отличается от телефильма кроме технологии съемки, а также шире — чем сущностно кинематограф отличается от телевидения ([1], [2] и др.).

Во второй половине 1960-х гг. стало ясно, что для населения СССР телевидение стало более привлекательным средством массовой коммуникации (СМК), чем кинематограф. Так, Г.Н. Хмара по результатам массового опроса, проведенного в Ленинграде в 1965 году, пришла к выводу, что телевидение имеет больший «удельный вес», чем кинотеатры как по «качественной оценке» (имеется в виду степень по-

пулярности на основе оценивания), так и по «массовости охвата» [3, с. 23–24]. Другой известный социолог Б.М. Фирсов констатировал, что среди различных типов телепередач наибольшей популярностью среди населения пользуются художественные фильмы [4, с. 130, 134]. В дальнейшем появилось значительное количество публикаций, затрагивавших данную проблематику, среди которых выделим работы таких авторов, как: В.М. Вильчек и Ю.В. Воронцов [5], Д.Б. Дондурей и Н.Я. Венжер [6], М.И. Жабский ([7], [8] и др.), С.А. Иосифян [9], Р.Д. Копылова [10], В.И. Михалкович ([11], [12], [13] и др.), С.А. Муратов [14], К.К. Огнев [15], И.А. Полуэхтова [16], К.Э. Разлогов ([17], [18], [19] и др.), К.А. Тарасов ([20], [21] и др.), Б.М. Фирсов ([4], [22] и др.), Ю.У. Фохт-Бабушкин ([23], [24] и др.).

Публикации последних лет, посвященные взаимоотношениям художественного кинематографа и телевидения, исчисляются многими десятками. Оставим в стороне те из них, где рассматриваются экономические и правовые аспекты трансляции кинофильмов на телеканалах, продюсерская деятельность по созданию художественных кино- и телефильмов, проблемы подготовки кадров для такого рода производства по разным специальностям (актерское, режиссерское, операторское мастерство и т.п.), а также работы киноведческого плана, в которых разбираются детали художественного киноповествования. Из оставшегося множества выделим несколько важных, на наш взгляд, работ, изданных в 2015–2019 гг., и предельно кратко охарактеризуем их, объединив в две тематические группы.

Первая группа продолжает делящуюся с 1960-х годов дискуссию о природе кинематографа и телевидения, их сходстве и различии. В частности, М.А. Мясникова ставит вопрос о том, что в современной социокультурной ситуации кинематограф следует рассматривать как часть телевидения, поскольку подавляющее количество просмотров кинофильмов населением происходит на телеканалах. Это, среди прочего, важно и для полноценной подготовки профессиональных кадров — телевидению уделяется мало внимания в кинематографических вузах, а на факультетах журналистики мало внимания уделяется

кинематографической подготовке [25]. С.Ю. Штейн, напротив, доказывает принципиальное онтогенетическое различие кинематографа и телевидения. По его мнению, кинематограф имеет в своей основе динамичный кадр — «производное одной из линий филогенеза феномена автоматической фиксации», а телевидение — «феномен пространственно-временной дистанционной коммуникации». Отсюда, по Штейну, вытекает некорректность любых попыток отождествления кино и ТВ — их онтология принципиально различна [26].

Сравнение природы кино и телевидения находим также в работе С.А. Филиппова, который рассматривает их взаимоотношение с позиций теории конвергенции медиа и приходит к выводу, что «все сколь-нибудь существенные различия между телевидением и кино в наше время проистекают из разницы мест показа. А значит, именно здесь и проходит современная граница двух медиа: кино — это то, что смотрят в специально предназначенном для этого помещении, а телевидение — это то, что смотрят дома» [27, с. 105]. Еще одна работа, где также был проведен сопоставительный анализ кино и телевидения, выявлены сходство и различие двух средств массовой коммуникации, принадлежит перу И.С. Сидоркиной. Автор приходит к выводу, что происходит «кинофикация» телевидения на основе общей технологии современного производства, сходных средств художественной выразительности и творческих методов производства. Различия же лежат в принципе «программности» телевидения, которой нет у кинематографа, и такой особенности зрительского восприятия, как «сиюминутность», т.е. способность «воссоздавать происходящее в абсолютном настоящем времени» [28, с. 249].

Вторая группа публикаций так или иначе связана с исследованиями аудитории, в частности, изучением характера восприятия зрителями кинотрансляций на телеканалах, их влияния на формирование зрительской культуры и т.п. Так, М.М. Дорфман ставит проблему разделения кино- и телезрителей по принципу целевых аудиторий [29]. Работа О.Е. Карповой рассматривает ТВ как практику культуры повседневности. Как указывает автор, россияне видят в телевидении,

прежде всего, источник развлечения и рекреации и потому уделяют сравнительно большое количество времени телесмотрению, но нередко оно носит фоновый характер, а содержание телетрансляций воспринимается зрителями неоднозначно. Интересным представляется вывод автора о том, что телевидение — это «не только часть жизни довольно большой группы россиян, но и неотъемлемая часть некоторых праздничных ритуалов (Новый год, День Победы)» [30, с. 21].

Статья Н.А. Ореховой посвящена проблеме детского аудиовизуального контента в сферах кинематографа, анимации и телевидения в России. Детский контент на телеканалах занимает сравнительно небольшой объем в сетках вещания, значительная часть которого к тому же имеет зарубежное происхождение. Автор ставит важный вопрос о необходимости «создания собственной анимационной, телевизионной и киноиндустрии для детско-юношеской аудитории, отражающей наш национальный менталитет и способной предложить качественный, интересный и профессиональный контент» [31, с. 69]. На этом краткий обзор академических работ по рассматриваемой проблематике и завершим.

В настоящий момент в России происходит качественный скачок в системе телевидения, обусловленный ее трансформацией, переходом от аналогового к цифровому телевещанию, что влечет за собой существенное расширение доступа населения к телеканалам, особенно заметное в российской глубинке. Данная ситуация пока слабо осмыслена исследовательским сообществом в социально-культурных аспектах.

Как было показано выше, уже в ранний период бытования телевидения в структуре сеток вещания особое место занимают художественные фильмы, которые всегда были и остаются одним из основополагающих элементов содержания телевизионного вещания. Отсюда особый интерес к тому, как в современной России происходит демонстрация художественных фильмов на телеканалах и каким из них отдают свое предпочтение зрители, для которых телевидение стало ведущей формой кинопросмотра.

В 2018 году автором этих строк было проведено пилотное исследование, в котором на основе данных официальной отраслевой системы измерения телеаудитории России были проанализированы трансляции художественных фильмов, шедших на 22-х телеканалах в течение июля 2018 года, а также некоторые характеристики просмотров этих трансляций [32]. Анализ позволил выявить ряд тенденций, среди которых отметим следующее:

- современное российское телевидение предлагает зрителю ежедневный выбор из нескольких десятков художественных фильмов, снятых за несколько десятилетий (в июле 2018 года — с 1934 по 2018 год);
- разнообразна география производства транслируемого кино-материала: только в течение одного месяца обнаружены фильмы из 44 стран-производителей;
- несмотря на широкую географию, в сетях вещания российских телеканалов преобладают фильмы отечественного (СССР плюс постсоветская Россия) и североамериканского производства; они же лидируют и в структуре просмотров.
- чаще телезрители отдают предпочтение современным лентам;
- списки наиболее рейтинговых кинофильмов разнятся в различных социально-демографических группах — между мужчинами и женщинами, в разных возрастных группах;
- с помощью факторного анализа были определены возрастные группы для зрителей от 18 лет и старше с существенно различающимися предпочтениями в реальных просмотрах кинофильмов; факторный анализ привел к трем ярко выраженным группам (факторам): молодежь 18–20 лет, основная группа телезрителей 21–59 лет и группа пожилых лиц от 60 лет и старше; данная типология хорошо отражает особенности структурирования досугового времени в молодежном, основном работоспособном и пенсионном возрасте.

В 2019 году было проведено более развернутое исследование на базе данных официального измерителя аудитории России — ком-

пании «Медиаскоп»¹. По методике, отработанной на пилотной фазе, анализ велся уже по 29 каналам за период, продолжительностью примерно 14,5 месяцев. Прежде чем представить результаты, рассмотрим более общие тенденции развития телевизионной отрасли в России.

ФЕДЕРАЛЬНАЯ ЦЕЛЕВАЯ ПРОГРАММА ПО РАЗВИТИЮ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ В РОССИИ

Одной из главных линий развития медиасферы в мире и, в частности, телевизионного и радиовещания является цифровизация. В 2019 году завершается процесс перехода на цифровое вещание федеральных телеканалов на всей территории Российской Федерации. Данный переход осуществляется в рамках Федеральной целевой программы (ФЦП), которая стартовала в 2009 году под названием «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» [33]. Затем в нее неоднократно вносились поправки, изменения и дополнения, и она продлевалась [34]. Правительственные решения в рамках реализации данной программы приводят к ряду последствий для телевизионного вещания в России, среди которых отметим следующее.

В Федеральный Закон «О средствах массовой информации» была введена категория «бесплатный общедоступный телеканал», которая рассматривается на нескольких уровнях — общероссийском, уровне субъекта РФ и муниципальном уровне. Перечень общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов «утверждает Президент Российской Федерации в целях сохранения и обеспечения единого информационного пространства Российской Федерации» [35]. Специальным Указом Президента РФ был утвержден перечень общероссийских бесплатных телеканалов, который несколько раз претерпевал изменения и дополнения [36]. По состоянию на середину 2019 года этот перечень включает в себя 20 телеканалов. В цифровом формате телеканалы рас-

¹ Автор настоящей статьи выражает глубокое признание компании «Медиаскоп» и лично генеральному директору Р. Тагиеву за возможность использовать социологические данные, полученные компанией.

полагаются в жесткой последовательности на позициях (на бытовом языке — на «кнопках»²), закрепленных законодательно, независимо от того, каким способом происходит распространение телевизионного сигнала — цифровым наземным эфирным, спутниковым, кабельным, с помощью технологии IPTV³. Последовательность такова [37]:

1. Первый канал
2. Россия –1
3. Матч ТВ
4. НТВ
5. Пятый канал
6. Россия–Культура
7. Россия–24
8. Карусель
9. Общественное телевидение России (ОТР)
10. ТВ Центр
11. РЕН ТВ
12. Спас
13. СТС
14. Домашний
15. ТВ–3
16. Пятница!
17. Звезда
18. Мир
19. TNT
20. Муз–ТВ

При наземном цифровом эфирном распространении двадцать каналов распределяются между двумя пакетами, называемыми мультиплексами, в каждом из которых имеется по 10 каналов. В первом мультиплексе также присутствуют три общероссийских обязательных общедоступных радиоканала — «Радио России», «Маяк» и «Вести

² Имеются в виду кнопки на пульте дистанционного управления телевизором, на которых указана нумерация — нажав тот или иной номер, телезритель включает соответствующий

ФМ». Каждый субъект РФ в кабельных телевизионных сетях и системах IPTV³, распространяемых на его территории, добавляет на 21-ю позицию отобранный по конкурсу региональный канал — в каждом регионе свой. Так, в Москве — это телеканал «Москва 24», в Санкт-Петербурге — телеканал «Санкт-Петербург», в Нижегородской области — телеканал «Волга» [38].

Параллельно происходит отключение аналогового телевидения, точнее, его федеральной составляющей — все телеканалы, вошедшие в общедоступные бесплатные цифровые мультиплексы, перестают вещать в аналоговом формате, который еще какое-то время будет использоваться некоторыми региональными и муниципальными вещателями.

Описанные черты технической модернизации имеют серьезные социально-культурные последствия. Прежде всего существенно расширяется число телеканалов, принимаемых каждой российской семьей. Согласно данным Федеральной службы статистики Российской Федерации (Росстат), на начало действия ФЦП «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» в аналоговом формате эфирного распространения вещали 8 общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов. Охват населения России наземным эфирным вещанием для каждого такого телеканала по состоянию на конец 2009 года приведен в таблице 1.

Обратим внимание на используемую Росстатом трактовку словосочетания «телевизионная программа» (или телепрограмма). В официальных статистических документах это словосочетание выступает синонимом слова «телеканал»⁴. Уточним также, что имеется в виду

канал. В аналоговом формате телевещания в разных населенных пунктах один и тот же телеканал мог располагаться на разных «кнопках». С переходом на цифровое вещание стало возможным упорядочить расположение телеканалов на всей территории Российской Федерации.

³ IPTV — особый способ распространения платного цифрового телевидения с помощью интернета. Услуги доставки сигнала напоминают традиционное кабельное телевидение, но набор сервисов шире.

⁴ За этим стоит давняя традиция, известная с советского времени, когда слово «телеканал» не употреблялось, а говорили о программах Центрального телевидения (ЦТ) — Первой программе ЦТ, Второй программе ЦТ и т.д.

под термином «охват населения телевизионным вещанием». Эта величина применяется исключительно к наземному эфирному вещанию и подразумевает численность населения, проживающего в зоне этого вещания. Тогда, с учетом сказанного, из таблицы 1 видно, что не менее 3,1% городского населения России и 5,2% сельского вообще не имели возможности принимать эфирное аналоговое телевидение. Во многих местах через эфирное распространение можно было принимать всего лишь 1–2 телеканала, причем не всегда в хорошем качестве. Среди горожан более половины населения могли принять только пять эфирных каналов — это: «Первый канал» (95,4%), «Россия» (93,9%), НТВ (71,9%), «Культура» (67,1%) и «Петербург — 5 канал» (57,5%). Среди сельчан более половины населения могли принимать только два эфирных канала — это «Первый канал» (91,0%) и «Россия» (87,1%). При этом наземное эфирное в цифровом формате могли принимать 6,5% городского и 3,0% сельского населения.

Таблица 1 [Table 1]

ОХВАТ НАСЕЛЕНИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫМ ВЕЩАНИЕМ в 2009 г.

(на конец года; в процентах от общей численности соответствующего населения)

TV POPULATION COVERAGE IN 2009

(end of year; percentage of total population)

	Имеют возможность принимать телевизионные программы [Population receiving television programs]			
	Наземное эфирное аналоговое телевидение [Analog terrestrial television]		Наземное цифровое эфирное телевидение [Digital terrestrial television]	
Имеют возможность принимать хотя бы одну телепрограмму [Population receiving at least one TV program]	96,9	94,8	6,5	3,0
Россия [Russia]	93,9	87,1	5,5	3,0
Культура [Culture]	67,1	30,1	5,5	3,0
Вести [Vesti]	22,8	10,1	5,5	2,9
Первый канал [Channel One]	95,4	91,0	5,5	2,9

НТВ [NTV]	71,9	33,8	5,8	1,9
Петербург — 5 канал [Petersburg — Channel 5]	57,6	18,7	1,7	2,0
Детско-юношеский канал [Children and youth channel]	1,1	0,5	4,4	2,0
Спорт [Sport]	47,4	20,9	5,5	3,0

Federation Данные Федеральной службы статистики Российской Федерации.

Data presented by the Federal Statistics Service of the Russian Federation.

К концу 2019 года, согласно упомянутой выше Федеральной целевой программе, процент населения России, которое будет иметь «возможность приема цифровых эфирных общероссийских обязательных общедоступных телерадиоканалов», должен составить 98,4% [40]. Таким образом, аудитория, по меньшей мере, 15-ти телеканалов увеличивается многократно, и почти все россияне получают доступ к не менее, чем двадцати телеканалам. Впрочем, довольно много россиян пользуется услугами платного телевидения, которое предлагает весьма широкий выбор телепрограмм. Так, по данным Аналитического центра ООО «НСК», в 2017 году среднее число телеканалов, принимаемых любыми способами — платными и бесплатными — в городских домохозяйствах Российской Федерации, составило 64 [41, с. 20]. Правда, в это усредненное число вошли как те домохозяйства, в которых принимались только общедоступные эфирные наземные телеканалы, так и те, которые были подписаны на платные пакеты спутникового, кабельного и IPTV-вещания, где иногда присутствует более сотни телеканалов. При этом в сельской местности заметное развитие получило платное спутниковое телевидение. В 2016 году в российских селах примерно 50–55% населения пользовались платными услугами спутниковых операторов. Данная оценка сделана, с одной стороны, на основе данных Росстата о численности городского и сельского населения Российской Федерации в 2016 году [42, с. 84], а с другой стороны, — данных отраслевого доклада по телевидению за 2016 год [43, с. 24].

КИНОПОКАЗ В СТРУКТУРЕ СЕТОК ВЕЩАНИЯ РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛОВ

Столь заметные результаты модернизации в сфере российского телерадиовещания приводят к расширению возможностей приема телеканалов, прежде всего, тех, которые в законодательных актах именуют общероссийскими бесплатными общедоступными. А значит, расширяются возможности просмотра различных типов программ. В этом контексте нас интересует демонстрация художественных фильмов, причем в двух аспектах: с одной стороны, что предлагают к просмотру телеканалы, а с другой стороны, — что для просмотра выбирают сами телезрители.

В современной практике российского телевидения сложились свои представления о том, что такое кинопоказ, которые нередко существенно расходятся с представлениями киноведов. Российское телевидение постсоветского периода испытало сильное влияние западных стран в отраслевой организации, особенно с приходом крупных рекламодателей, преимущественно транснациональных корпораций, которые выступают своего рода «нормализаторами» медиарекламных процессов в мире. Во многом благодаря их влиянию сложилась система регистрации эфирных элементов, которая в последние годы в России ведется в рамках весьма специфической классификации. Замеры величины аудитории привязываются к конкретным выпускам телепередач, каждая из которых классифицируется на двух уровнях. В современной российской телевизионной отрасли их называют «жанр» (верхний уровень) и «категория» (нижний уровень). Категория телепередачи привязана к ее «жанру». Набор категорий различен для каждого «жанра» телепередач. Сразу оговоримся: к жанрам кино эта индустриальная классификация не имеет никакого отношения. Данная классификация применяется в рамках официальной российской системы измерения телеаудитории, оператором которой является исследовательская компания «Медиаскоп».

Рассмотрим все используемые «жанры» телепрограмм. Их всего восемь плюс классификационная единица, обозначаемая как

«прочее». Перечислим их в алфавитном порядке: детские телепрограммы, кинопрограммы (кинопоказ), музыкальные программы, новостные программы (новости), познавательные программы, развлекательные программы, социально-политические программы, спортивные программы.

Что в этой классификационной системе понимается под термином «кинопоказ» (синоним «кинопрограммы»)? Под кинопоказом условно понимают совокупность из семи категорий, к которым относятся (в алфавитном порядке): документальный сериал; документальный фильм; кинофильм; мультипликационный сериал; мультипликационный фильм; телесериал; спектакль, литературное чтение. Под кинофильмом здесь понимается художественный (игровой, постановочный) кинофильм либо, в терминах традиционного отечественного киноведения, художественный (игровой, постановочный) телефильм. Категория «спектакль, литературное чтение» вызывает больше всего вопросов у теоретиков. Практики пытаются объяснить объединение в одну категорию столь различающихся типов медиатекстов прежде всего тем, что у всех у них есть литературная основа. Кроме того, это сравнительно редко встречающиеся элементы, которые присутствуют на экране в основном трех общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов, среди которых: «Россия-Культура» (видеозаписи классических театральных постановок, литературные вечера, встречи с известными писателями и поэтами и т.п.), «Спас» (рубрика «Евангелие вслух»), «ТВ-3» (театральные спектакли). Общий объем вещания этой категории среди общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов сравнительно невелик и составляет в пересчете на один канал (из числа трех перечисленных) примерно полтора часа в неделю, т.е. менее 0,5% от общего объема вещания. Это в разы меньше времени, отводимого на телесериалы и художественные фильмы. Дробить из без того слабо насыщенную классификационную категорию считается нецелесообразным⁵.

⁵ Автор статьи не разделяет эти представления. Однако сложившаяся практика устраивает сообщество телевизионных и рекламных менеджеров. – А.Ш.

Чтобы избежать лишних споров, в контексте настоящей статьи будет использоваться иная классификация, комбинирующая понятия «жанр телепрограммы» и «категория телепрограммы», используемые практиками телевидения в России. Условимся называть классификационную единицу в данном подходе термином «тип телепрограммы» и ограничиться одним уровнем рассмотрения. В этом подходе шесть индустриальных «жанров» будут именоваться «типами телепрограмм», это: музыкальные программы, новостные программы (новости), познавательные программы, развлекательные программы, социально-политические программы и спортивные программы. Из кинопоказа выделяются две «категории», интерпретируемые теперь как два типа — «телесериалы» и «художественные фильмы», которые обретают самостоятельный статус. Категории «мультипликационные сериалы» и «мультипликационные фильмы» объединяются в один тип «анимация». Из числа остальных классификационных единиц формируется тип «другое», куда вошли позиции: детские телепрограммы; документальные сериалы; документальные фильмы; спектакли, литературные чтения; прочее. Далее будет использоваться именно эта классификация.

Таблица 2 дает представление о распределении по времени вещания указанных типов телепрограмм в совокупной сетке вещания и в структуре телепросмотров девятнадцати из двадцати общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов в первом полугодии 2019 года (исключен канал ОТР).⁶

Из таблицы 2 видны следующие тенденции. Во-первых, эфир девятнадцати общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов в первом полугодии 2019 года насыщен категориями кинопоказа. Так, телесериалы лидируют по представленности в общей структуре вещания (21,4% или 5,1 час. в сутки в среднем на канал). Вторую позицию занимают художественные фильмы (15,2% или

⁶ К сожалению, компания «Медиаскоп», официальный измеритель телеаудитории в России, в течение анализируемого периода не регистрировала отдельные эфирные элементы телеканала ОТР.

3,7 час. в сутки в среднем на канал). Если рассматривать кинопоказ как совокупность семи категорий, отмеченных выше, то его доля в общей структуре вещания составила 50,3% или 12,1 час. в сутки в среднем на канал.

Таблица 2 [Table 2]

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТИПОВ ТЕЛЕПРОГРАММ В СОВОКУПНОЙ СЕТКЕ ВЕЩАНИЯ
19-ти ОБЩЕРОССИЙСКИХ БЕСПЛАТНЫХ ОБЩЕДОСТУПНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ**
(1 января — 30 июня 2019 г.)
**DISTRIBUTION OF TYPES OF TV PROGRAMS IN THE GENERAL BROADCASTING GRID
OF THE 19 ALL-RUSSIAN FREE PUBLIC TV CHANNELS**
(January 1 — June 30, 2019)]

Тип телепрограмм [TV program type]	В структуре вещания [in the broadcasting grid]		В структуре телепросмотров [in the viewing grid]	
	Процент от общего объема вещания [share of the total broadcast volume]	Средне-суточное время в пересчете на один канал, час. [average daily time per channel, hours]	Процент от общего времени просмотра [share of the total viewing time]	Процент от общего времени просмотра [share of the total viewing time]
Телесериалы [TV serials]	21,4%	5,1	27,1%	39
Художественные фильмы [Feature films]	15,2%	3,7	15,4%	22
Развлекательные программы [Entertainment programs]	14,6%	3,5	19,2%	28
Новостные программы [News programs]	9,0%	2,2	10,2%	15
Социально-политические программы [Social and political programs]	8,1%	1,9	9,4%	14
Анимация [Animation]	6,7%	1,6	4,6%	7
Познавательные программы [Educational programs]	6,6%	1,6	3,9%	6
Музыкальные программы [Musical programs]	5,9%	1,4	1,7%	2

Спортивные программы [Sports programs]	5,0%	1,2	2,5%	4
Другое [Other]	7,6%	1,8	6,0%	9
СУММА [TOTAL]	100%	24,0	100%	146

Примечание. Таблица ранжирована по колонке «Процент от общего объема вещания»
Данные компании «Медиаскоп».

Note: The table is ranked by the Share of the total broadcast volume column. Data presented by Mediascope.

Из таблицы 2 видны следующие тенденции. Во-первых, эфир девятнадцати общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов в первом полугодии 2019 года насыщен категориями кинопоказа. Так, телесериалы лидируют по представленности в общей структуре вещания (21,4% или 5,1 час. в сутки в среднем на канал). Вторую позицию занимают художественные фильмы (15,2% или 3,7 час. в сутки в среднем на канал). Если рассматривать кинопоказ как совокупность семи категорий, отмеченных выше, то его доля в общей структуре вещания составила 50,3% или 12,1 час. в сутки в среднем на канал.

Во-вторых, в структуре телепросмотров доля времени обращения к кинопоказу еще выше: для — телесериалов 27,1%, для художественных фильмов — 15,4%, в целом по семи категориям кинопоказа — 52,8%.

В-третьих, собственно художественные фильмы на ведущих российских телеканалах в последние годы все больше вытесняются телесериалами, и это показывают цифры таблицы 2: объем вещания телесериалов превышает объем вещания художественных фильмов в 1,4 раза, а объем просмотра — в 1,8 раза. Как объяснить такое различие?

Вспомним, что значительная часть населения России пользуется услугами платного телевидения. А оно предлагает широкий выбор каналов, специализирующихся исключительно на трансляции художественных фильмов. Так, на конец 2019 года ведущий российский оператор спутникового телевидения «Триколор ТВ» имел в списке транслируемых пакетов блок из 37 киноканалов [44]. Кинопакет IPTV-сервиса «Билайн ТВ» включает в себя 24 канала [45]. К этому следует

добавить стремительно развивающиеся интернет-сервисы, специализирующиеся на трансляции художественных фильмов, которые все активнее отвоевывают аудиторию у традиционного телевидения. Туда и уходит значительная часть аудитории, которая интересуется художественными фильмами.

Завершая обзор кинопоказа на российских телеканалах, отметим следующее. К концу 2019 года практически каждой российской семье гарантирован прием двадцати общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов, на каждом из которых ежедневно в среднем в течение 3,7 часов транслируются художественные фильмы, т.е. примерно по два выпуска фильмов в сутки. Следовательно, ежедневно почти всем российским телезрителям станут доступны просмотры примерно сорока выпусков художественных фильмов. К этому следует добавить значительную часть телезрителей, пользующихся услугами операторов платного телевидения, предлагающих два-три десятка круглосуточно вещающих телеканалов, транслирующих исключительно кинопродукцию.

Для дальнейшего анализа нам потребуются данные системы официального измерения телеаудитории в России. Кратко охарактеризуем ее.

СИСТЕМА ИЗМЕРЕНИЯ ТЕЛЕАУДИТОРИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В XXI веке в России произошли серьезные институциональные изменения в сфере измерения телевизионной аудитории [46]. В контексте настоящей статьи этот вопрос имеет важное значение, поскольку последующий ниже анализ будет целиком построен на результатах этих измерений.

В течение последнего десятилетия, которое совпадает с периодом реализации ФЦП по развитию телерадиовещания в России, появились законодательные акты, регулирующие систему измерения телеаудитории. В 2016 году появился закон № 281-ФЗ «О внесении

изменений в закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» и статьи 5 и 38 Федерального закона «О рекламе» [47]. Согласно этому закону, регулированием и контролем за измерениями телеаудитории должна заниматься Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Роскомнадзору вменяется в обязанность организовывать конкурсы для определения уполномоченной организации по исследованию объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач). В рамках данного конкурса задаются основные параметры системы измерения телеаудитории, которые должны строго выдерживаться уполномоченной организацией по исследованию объема зрительской аудитории телеканалов. Роскомнадзор устанавливает срок действия разрешения на деятельность по измерению телеаудитории. При этом Роскомнадзору вменяется в обязанность осуществление контроля за качеством измерений.

Первый конкурс состоялся в конце 2016 года. Его победителем стало ЗАО «ТНС Гэллап Медиа» [48] — исследовательская компания, работавшая на рынке измерений телевизионной аудитории с 1996 года. С января 2017 года в связи со сменой учредителей, она поменяла название на АО «Медиаскоп» (для рынка чаще используется англоязычная запись «Mediascore»). Опишем в самых общих чертах систему измерения телеаудитории в России по состоянию на конец 2018 года, как их представляет сама компания «Медиаскоп» [49].

МЕТОД. Уполномоченная организация по исследованию объема зрительской телеканалов в России использует *метод пиплметрии* — непрерывного автоматизированного сбора информации. В процессе сбора информации формируется база данных, которая включает в себя три блока: данные об эфирных элементах, данные об объеме аудитории во временной развертке и блок социально-демографических данных телезрителей. В непрерывном автоматическом режиме происходит сбор информации об эфирных элементах и объеме аудитории. Информация о социально-демографических характеристиках телезрителей собирается через опрос респондентов при формирова-

нии выборки телезрителей-участников измерения. Рассмотрим каждый из трех блоков данных.

РЕГИСТРАЦИЯ ЭФИРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ. Все содержание измеряемых телеканалов непрерывно записывается с эфира в цифровом формате (мониторинг эфира). Важно понимать, что современное аудиовизуальное производство выпускает продукцию в цифровом формате в виде файлов. При этом каждый продукт в виде отдельного файла или набора файлов сопровождается т.н. метаданными — встроенной в файл цифровой информацией о продукте с его необходимыми атрибутами. Среди прочего, в метаданных кинофильмов содержится название фильма, страна-производитель, компания-производитель, дата производства и множество других атрибутов. Все аудиовизуальные файлы оснащены также т.н. «звуковыми метками», которые называют «сигнатурами», — они представляют собой уникальный для каждого продукта цифровой код, который возможно распознавать автоматически.

Каждый эфирный элемент, реально принимаемый на конкретный телевизор в системе измерения, регистрируется машинным способом на основе технологии аудиометчинга (Audio Matching System) — автоматизированного считывания уникального кода аудиосигнала и дальнейшего его распознавания, основанного на сопоставлении сигнатур из специальной базы данных со звуковыми сигнатурами, присутствующими в считанном с эфира аудиосигнале. Возможна регистрация как на уровне телеканала, так и на уровне отдельных эфирных элементов вплоть до самых коротких по времени — рекламных роликов, заставок, перебивок и т.п. Подробный мониторинг с непрерывной регистрацией всех эфирных элементов по состоянию на конец 2018 года велся компанией «Медиаскоп» по 29 телеканалам. Среди них 19 общероссийских бесплатных общедоступных канала (двадцатый — ОТР, по которому во время проведения исследования не было регистрации отдельных эфирных элементов). Кроме того, велась сплошная регистрация эфирных элементов еще девяти каналов, это: «Дом кино», «СТС Love», «Супер», «ТНТ 4», «Че», «Ю», «2x2»,

«Discovery Channel» и «Euronews» (русскоязычная версия). На уровне телеканалов (без мониторинга отдельных эфирных единиц) велась регистрация еще 128 каналов, которые мы специально рассматривать не будем. Отметим лишь, что 44 из них специализируются на показе художественных фильмов.

Отметим одну методическую деталь, связанную с регистрацией художественных фильмов. В базе данных одна запись соответствует одному зарегистрированному эфирному элементу со всеми атрибутами и измеренными величинами. Однако один регистрируемый эфирный элемент — это не всегда один фильм стандартной продолжительности (на языке телевидения — стандартного хронометража). Если фильм многосерийный, то каждая серия будет записываться как отдельный эфирный элемент. Бывают и такие ситуации, когда фильм разбивается на два фрагмента, между которыми размещаются другие передачи, например, выпуски новостей. В таком случае одному фильму будет соответствовать столько эфирных элементов, сколько фрагментов данного фильма образовалось из-за перебивок. При этом в российской системе измерения рекламные перебивки не учитываются — по рекламе ведется отдельный учет. Сказанное означает, что эфирная единица не тождественна выходу (трансляции) художественного фильма, один выход (трансляция) фильма может быть представлен несколькими эфирными единицами в базе данных. Однако эти методические сложности не влияют на интегральные индикаторы, если их учитывать при обработке данных.

РЕГИСТРАЦИЯ ОБЪЕМА АУДИТОРИИ ведется с помощью т.н. пиплметров, комплектов специальных приборов, подключаемых к телеприемнику. Пиплметры стационарно устанавливаются в домохозяйствах с согласия их жителей. Комплект состоит из ТВ-метра (прибора, фиксирующего, на какой телеканал настроен приемник и записывающего информацию о регистрации эфира и телепросмотров) и специального пульта регистрации телесмотрения. За каждым членом семьи закрепляется своя кнопка на пульте (кнопка идентификации телезрителя), и участники системы измерения берут на себя обяза-

тельство всякий раз нажимать свою кнопку, когда начинают смотреть телевизор и когда заканчивают просмотр, независимо от того, что делают остальные члены семьи. Число пиплметров в семье равно числу телевизоров — для каждого ставится свой ТВ-метр и прилагается свой пульт регистрации телесмотрения. Информация о регистрации телепрограмм и телесмотрения накапливается в ТВ-метре и раз в сутки автоматически передается в центр обработки данных.

ВЫЯВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ТЕЛЕЗРИТЕЛЕЙ. Из членов семей, где установлены пиплметры, формируется панель участников непрерывного измерения на длительный период — до нескольких лет. Социально-демографические данные о каждом участнике панели собираются опросными методами до начала включения в систему измерения и образуют специальную базу данных.

В процессе регистрации эфира формируется база данных эфирных элементов, привязанная ко времени выхода, в которой содержатся атрибуты телепрограмм (название программы, компания-производитель, страна-производитель, год выпуска и др.) и замеренные величины (время начала трансляции, время окончания трансляции, длительность трансляции и др.). Регистрация телесмотрения формирует еще одну базу данных, также привязанную ко времени, в которой есть информация о телесмотрении для каждого участника панели. Идентифицируя телезрителя, к этому блоку данных привязываются социально-демографические характеристики. Далее три базы агрегируются в одну, которая содержит три раздела — регистрация эфира со множеством атрибутов телепрограмм и замеренных параметров их выхода, регистрация просмотров во временной развертке и социально-демографические параметры идентифицированных участников панели. Это позволяет вести многомерный анализ как эфирного наполнения, так и аудитории телеканалов.

ГЕНЕРАЛЬНАЯ СОВОКУПНОСТЬ И ВЫБОРКА. С начала 2000-х годов в России сложилась ситуация, когда крупных рекламодателей, вспомним, «законодателей моды» в телерекламном бизнесе, инте-

ресовало платежеспособное население, которое, преимущественно, проживает в крупных и средних городах. Этим и обусловлен тот факт, что система измерения телеаудитории была развернута в российских городах численностью населения от 100 тысяч человек и более. Международная практика организации пиплметрических панелей показала, что такого рода измерения возможны для телезрителей в возрасте от 4 лет и старше.⁷ Эти две границы и стали основанием для определения генеральной совокупности измеряемого населения.

Итак, *генеральная совокупность официального пиплметрического измерения в России в 2009–2019 годах определяется как население городов численностью от 100 тысяч человек и более в возрасте от 4 лет и старше* [49].

В планах «Медиаскопа» в обозримом будущем — перейти на презентацию всего населения России в возрасте от 4 лет и старше [50].

Выборка на протяжении последних десяти лет постоянно наращивалась. На конец 2018 года она охватывала 5400 домохозяйств в городах численностью населения от 100 тысяч человек и более. В них проживало около 13 500 человек в возрасте от 4 лет и старше [51].

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ НА РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ В 2018–2019 ГОДАХ

Перейдем теперь к непосредственному рассмотрению вопросов трансляции художественных фильмов на 29 измеряемых российских телеканалах. Условимся придерживаться следующих определений.

Художественный фильм здесь — отдельный игровой (постановочный) кино- или телефильм. Здесь важно подчеркнуть, что на практике переход на цифровые технологии как съемки, так и показа фильмов, по сути, снимает проблему различий между теле- и кинофильмами (на технологическом уровне). Поэтому эти две категории применительно к телевидению объединяются в одну.

⁷ В некоторых странах, например, в Дании, нижняя возрастная граница участия в системе измерения снижена до 3-х лет.

Выход или трансляция художественного фильма (кинотрансляция) — показ художественного фильма на телеканале. Один и тот же фильм может быть показан много раз в разное время на разных каналах.

Эфирный элемент (применительно к художественным фильмам) — регистрируемая и записываемая в базу данных информация о художественном фильме, которая возможна в трех вариантах:

- запись о выходе собственно фильма, если он не является многосерийным;
- запись о выходе отдельной серии художественного фильма, если он многосерийный;
- запись о выходе фрагментов художественного фильма (или его отдельной серии), если он прерывался другими передачами, например, новостями.

С помощью имеющихся программных компьютерных средств обработки данных, предоставляемых компанией «Медиаскоп», возможен статистический анализ лишь эфирных элементов. Теоретически, вручную можно провести необходимые расчеты, объединив данные по отдельным фрагментам и/или сериям, но на больших массивах данных, а они измеряются десятками тысяч записей, такой анализ становится слишком трудоемким.

Учитывая сказанное, *целью настоящего исследования является выявление тенденций в кинотрансляциях и кинопросмотрах россиян на телеканалах, входящих в официальную систему измерения телеаудитории в России*. В процессе анализа мы попытаемся получить ответы на следующие исследовательские вопросы:

1. Каким был кинорепертуар российских телеканалов в 2018–2019 годы? Какие художественные фильмы чаще всего транслировались на измеряемых российских телеканалах?
2. Как распределялись художественные фильмы, демонстрируемые на измеряемых телеканалах, по году выпуска?
3. Как распределялись художественные фильмы, демонстрируемые на измеряемых телеканалах, по странам-производителям?

Другой ряд исследовательских вопросов касается аудитории кинотрансляций:

1. Какие телеканалы собирали наибольшую аудиторию?
2. Какое место в структуре телесмотрения занимали отечественные и зарубежные художественные фильмы?
3. Какие художественные фильмы собирали наибольшую аудиторию? На каких каналах? В какие дни?
4. Есть ли различия в выборе кинотрансляций на телевидении между мужчинами и женщинами, а также в разных возрастных группах?

Для ответа на поставленные вопросы был проведен анализ базы данных эфирных элементов измеряемых телеканалов, производимой компанией «Медиаскоп» — уполномоченной организации по исследованию объема зрительской аудитории телеканалов в России. Анализировались данные с 31 декабря 2017 года по 10 марта 2019 года включительно (435 суток). Выбор хронологических рамок связан с двумя обстоятельствами. Во-первых, как показывают многочисленные исследования, пик среднесуточного объема телесмотрения в России приходится на новогодние праздники ([52, с. 35–36], [53, с. 94] и др.). Этим обусловлена нижняя граница. Важно было провести наблюдения не менее чем в течение года, тогда новогодний период с его максимальными объемами телеаудитории попадает в поле рассмотрения дважды. Верхняя граница была выбрана в связи с тем, что данное исследование было приурочено к Международному форуму «Старые и новые медиа: пути к новой эстетике», который проходил с 26 по 29 марта 2019 года в Москве в Государственном институте искусствознания. Учитывая тот факт, что анализ проводился на большом объеме статистической информации, было решено выбрать верхнюю хронологическую границу максимально приближенной к началу форума, но так, чтобы можно было успеть провести все необходимые расчеты.

Статистическая обработка данных пиплметрических измерений осуществлялась с помощью специального пакета компьютерных про-

грамм «Instar Analytics», используемого клиентами компании «Медиа-скоп», а также профессионального пакета статистической обработки данных «SPSS» и программы «Excel».

КИНОРЕПЕРТУАР НА ИЗМЕРЯЕМЫХ РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ.
Анализ позволил обнаружить, что художественные фильмы в большем или меньшем объеме транслировали 26 из 29 рассматриваемых каналов. Не обнаружены трансляции художественных фильмов на телеканале «Муз ТВ», а также на двух новостных каналах — «Россия-24» и «Euronews».

За весь период наблюдения было зафиксировано 23548 эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, — таково число записей в базе данных компании «Медиаскоп». Среднее число эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, на одном канале в неделю составило 14,7, в сутки — 2,1. Данное число варьируется в зависимости от телеканала (см. таб. 3). Наибольшее число эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, зафиксировано на канале «Дом кино» (65,9 в неделю), что вполне ожидаемо — телеканал специализируется на трансляции кинопродукции. Среди общероссийских бесплатных каналов лидирует «Звезда» (48,4 в неделю). Далее следуют телеканалы «СТС» (35,4 в неделю) и «ТВ-3» (23,5 в неделю).

В течение 435 дней наблюдения обнаружено 5418 названий художественных фильмов, вышедших в эфир на 26 каналах. Среднее число эфирных элементов для одного художественного фильма на всех анализируемых телеканалах составило 4,3, что можно с некоторой долей условности интерпретировать как среднее число выходов фильма. Десятка наиболее часто транслируемых художественных фильмов выглядит следующим образом:

- «Большая перемена» (СССР, 1972, режиссер А. Корнеев) — 71 запись на 9 каналах;
- «Покровские ворота» (СССР, 1982, режиссер М. Козаков) — 46 записей на 6 каналах;
- «Одиноким предоставляется общежитие» (СССР, 1983, режиссер С. Самсонов) — 45 записей на 6 каналах;

- «По семейным обстоятельствам» (СССР, 1977, режиссер А. Корнеев) — 45 записей на 6 каналах;
- «Двенадцать стульев» (СССР, 1971, режиссер Л. Гайдай) — 41 запись на 5 каналах;
- «Женитьба Бальзаминова» (СССР, 1964, режиссер К. Воинов) — 39 записей на 8 каналах;
- «Гараж» (СССР, 1979, режиссер Э. Рязанов) — 38 записей на 6 каналах;
- «Джунгли» (Россия, 2012, режиссер А. Войтинский) — 38 записей на 3 каналах;
- «Жестокий романс» (СССР, 1984, режиссер Э.Рязанов) — 38 записей на 7 каналах;
- «Ищите женщину» (СССР, 1982, режиссер А. Сурикова) — 37 записей на 7 каналах.

Таблица 3 [Table 3]

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧИСЛА ЭФИРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ,
ОПИСЫВАЮЩИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ, МЕЖДУ ИЗМЕРЯЕМЫМИ
ТЕЛЕКАНАЛАМИ В ТЕЧЕНИЕ АНАЛИЗИРУЕМОГО ПЕРИОДА**

**DISTRIBUTION OF AIRED ITEMS DESCRIBING FEATURE FILMS AMONG THE MEASURED TV
CHANNELS DURING THE ANALYZED PERIOD**

	TV channel	число эфирных элементов за период наблюдения number of aired items during the observation period	среднее число эфирных элементов в неделю average number of aired items per week	среднее число выпусков эфирных элементов в сутки average number of aired items per day
1	Дом кино [Dom kino]	4094	65,9	9,4
2	Звезда [Zvezda]	3010	48,4	6,9
3	СТС [STS]	2197	35,4	5,1
4	ТВ-3 [TV-3]	1460	23,5	3,4
5	Мир [Mir]	1301	20,9	3,0

6	Россия- Культура [Russia-Culture]	1280	20,6	2,9
7	ТВ Центр [TV Centre]	1239	19,9	2,8
8	РЕН ТВ [Ren TV]	1118	18,0	2,6
9	Че [Che]	997	16,0	2,3
10	Супер [Super]	821	13,2	1,9
11	Канал Дисней [Disney Channel]	789	12,7	1,8
12	Пятница [Friday]	771	12,4	1,8
13	Домашний [Domashniy]	752	12,1	1,7
14	Первый канал [Channel One]	717	11,5	1,6
15	Россия-1 [Russia-1]	472	7,6	1,1
16	ТНТ [TNT]	408	6,6	0,9
17	Спас [Spas]	403	6,5	0,9
18	Матч ТВ [Match TV]	373	6,0	0,9
19	НТВ [NTV]	348	5,6	0,8
20	Пятый канал [Channel Five]	304	4,9	0,7
21	СТС Love [STS Love]	169	2,7	0,4
22	2X2	142	2,3	0,3
23	Ю [U]	141	2,3	0,3
24	ТНТ 4 [TNT 4]	137	2,2	0,3
25	Карусель [Carousel]	93	1,5	0,2
26	Discovery Channel	12	0,2	0,0
	По 26 каналам [On the 26 channels]	23548	14,6	2,1

Данные компании «Медиаскоп».

Data presented by Mediascope.

Обращает на себя внимание тот факт, что все отмеченные фильмы — отечественного производства, подавляющее большинство которых было выпущено в советское время.

ГОД ВЫПУСКА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ. В течение анализируемого периода рассматриваемые телеканалы демонстрировали фильмы, которые создавались в течение почти ста лет — с 1921 года

по 2019 год включительно. Распределение эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, по десятилетиям приведено на рисунке 1.

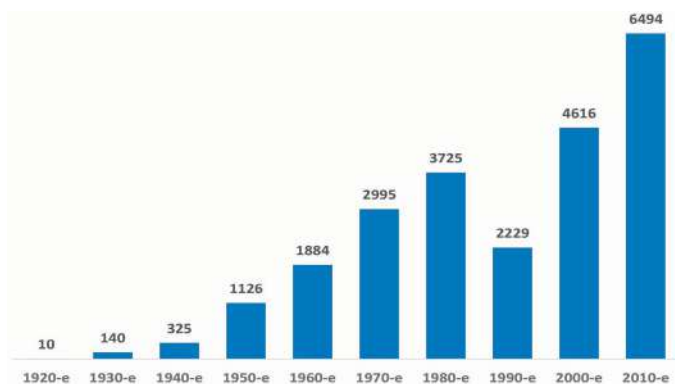


Рис. 1. Распределение эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, которые вышли в эфир на ведущих российских телеканалах с 31 декабря 2017 года по 10 марта 2019 года, по годам производства. Данные компании «Медиаскоп».

Fig. 1. Distribution of aired items describing feature films which were broadcast on leading Russian television channels from December 31, 2017 to March 10, 2019, by years of production. Data presented by Mediascope.

На диаграмме, представленной на рисунке 1, четко просматривается тенденция роста числа трансляций художественных фильмов в зависимости от года выпуска. Чем ближе к современности год производства художественных фильмов, тем чаще такие фильмы появляются в эфире ведущих российских телеканалов. Исключение составляют 1990-е годы, когда в России резко упало кинопроизводство. Из данной тенденции вытекает, что наиболее часто транслируемыми, а значит, востребованными аудиторией оказываются современные фильмы, выпущенные с 2010 года по 2019 год.

Какие художественные фильмы 1920-х годов транслировались на российских телеканалах? Десятка кинотрансляций лент, выпуск которых датируется двадцатыми годами прошлого столетия, содержит пять картин, три из которых — фильмы, созданные Ч. Чаплиным,

и два — фильмы советских режиссеров Л. Кулешова и И. Трауберга. Все эти трансляции шли на телеканале «Россия-Культура» в рамках проекта по истории кино. Перечислим эти фильмы (в алфавитном порядке):

- «Голубой экспресс» (СССР, 1929 г., режиссер И. Трауберг) — 1 показ;
- «Золотая лихорадка» (США, 1925 г., режиссер Ч. Чаплин) — 2 показа;
- «Малыш» (США, 1921 г., режиссер Ч. Чаплин) — 3 показа;
- «Необычайные приключения мистера Веста в стране большевиков» (СССР, 1924 г., режиссер Л. Кулешов) — 1 показ;
- «Цирк» (США, 1928 г., режиссер Ч. Чаплин) — 3 показа.

Отметим еще одну весьма любопытную тенденцию — трансляцию только что снятых художественных фильмов на телеэкране. Долгое время кинематограф придерживался следующей стратегии кинопоказа. Снятый фильм выходил в кинопрокат и в течение нескольких месяцев старался собрать максимальную выручку в кинотеатрах. Затем появлялись записи фильма, широко распространявшиеся в торговых сетях на носителях. И только после того, как были собраны деньги от проката и продажи копий, фильм разрешали транслировать по телевидению. Проходило в среднем 2–3 года от выпуска фильма в прокат до его появления на телеэкране.

В последнее время наряду с сохранением описанной стратегии начинает проявляться другой подход. Только что снятый фильм сразу выходит на телеэкран. В анализируемом массиве данных было обнаружено 11 выпусков только что вышедших восьми художественных фильмов, выпущенных в 2019 году. Все они российского производства. Такой подход практикуют три общероссийских бесплатных общедоступных телеканала — «Россия-1», «НТВ» и «ТВ Центр». Перечислим эти фильмы (в алфавитном порядке):

- «Единственная радость» (режиссер П. Степин) — 1 показ на канале «Россия-1»;

- «Крик тишины» (режиссер В. Потапов) — 1 показ на канале «Россия-1»;
- «Отставник. Один за всех» (режиссер А. Щербинин) — 1 показ на канале «НТВ»;
- «Отставник. Спасти врага» (режиссер А. Щербинин) — 1 показ на канале «НТВ»;
- «Северное сияние. О чем молчат русалки» (режиссер В. Нахабцев) — 2 показа на канале «ТВ Центр»;
- «Северное сияние. Следы смерти» (режиссер В. Нахабцев) — 2 показа на канале «ТВ Центр»;
- «Северное сияние. Шорох крыльев» (режиссер В. Нахабцев) — 2 показа на канале «ТВ Центр»;
- «Шаг к счастью» (режиссер А. Праздников) — 1 показ на канале «Россия-1».

СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ. В течение анализируемого периода рассматриваемые телеканалы транслировали художественные фильмы, которые производили 78 стран. Чаще других транслировались фильмы, выпущенные в СССР, США и постсоветской России (далее — Россия).

Прежде чем представить полученную статистику, остановимся на некоторых методологических сложностях данного анализа. Одна проблема состоит в том, что, как было показано выше, в репертуаре кинотрансляций телеканалов мы находим фильмы, произведенные в течение примерно ста лет. За этот период исчезли многие государства, среди которых СССР, Югославия, Чехословакия, Германская демократическая республика (ГДР). Возникли новые независимые государства — Азербайджан, Армения, Белоруссия, Грузия, Казахстан и др. Поэтому статистический анализ по этому основанию будет вестись в двух аспектах: во-первых, в привязке к тем названиям государств, которые существовали исторически; во-вторых, придерживаясь некоторых критериев, позволяющих в ряде случаев объединить данные, связанные с разными государствами, на географическом основании.

Вторая проблема связана с подсчетом трансляции фильмов совместного производства. В имеющемся массиве данных количество стран, определенных как совместных производителей одного художественного фильма, варьировалось от двух до шести. В данном случае использовались весовые коэффициенты в предположении, что в процессе создания кинофильма вклад каждой страны-производителя был равным. Например, если фильм производился пятью странами, то для данного фильма каждой стране присваивался вес, равный $1/5 = 0,2$. Далее вычисления производились с учетом весовых коэффициентов. Условимся называть эти весовые коэффициенты *коэффициентами участия*, а сумму выходов с учетом коэффициентов участия — *условным количеством выходов*.

Таблица 4 дает представление о том, как распределилось условное количество выходов в эфир художественных фильмов, произведенных в различных странах, с учетом указанных обстоятельств. В ней приведены те страны, для которых условное количество эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, составило не менее 0,1% от их совокупной величины по всем странам.

Мы видим, что подавляющее число этих элементов приходится на три географические единицы — СССР (38,2%), США (27,5%) и Российскую Федерацию (19,0%). В сумме это 84,7%, т.е. примерно 11 из двенадцати трансляций. Условимся называть отечественными фильмы, снятые в СССР и Российской Федерации. Тогда процент отечественных художественных фильмов в общей структуре эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, составляет 57,2%. Следовательно, в структуре кинотрансляций доминируют отечественные киноленты.

Европейский кинематограф представлен 35-ю странами, среди которых чаще всего на экраны измеряемых российских телеканалов в течение анализируемого периода попадали ленты из Франции (3,0%), Великобритании (2,3%), ФРГ (1,5%) и Украины (1,4%). Транслируемые азиатские фильмы производились в 24-х странах, чаще всего в Гонконге (0,5%), Китае (0,3%), Японии (0,2%), Южной Корее (0,1%) и Казахстане (0,1%). Америка (совокупно Северная и Южная) как часть света представлена 14-ю странами, среди которых чаще всего транслировались

ленты, произведенные в США (27,5%), Канаде (1,2%) и Мексике (0,1%). Африка представлена продукцией из ЮАР (0,1%), Австралия и Океания как часть света — собственно Австралией (0,6%) и Новой Зеландией (0,2%).

Таблица 4 [Table 4]

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УСЛОВНОГО КОЛИЧЕСТВА ЭФИРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ОПИСЫВАЮЩИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ, И ДОЛИ УСЛОВНОГО ВРЕМЕНИ ПРОСМОТРА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ МЕЖДУ СТРАНАМИ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ В ТЕЧЕНИЕ АНАЛИЗИРУЕМОГО ПЕРИОДА

DISTRIBUTION OF THE CONDITIONAL NUMBER OF AIRED ITEMS DESCRIBING FEATURE FILMS AND THE SHARES OF THE CONDITIONAL FEATURE FILMS VIEWING TIME PER COUNTRIES OF PRODUCTION DURING THE ANALYZED PERIOD

		Условное количество эфирных элементов для художественных фильмов, произведенных в стране Conditional number of aired items related to feature films per country of production		Доля условного времени просмотра художественных фильмов, произведенных в стране Share of conditional feature films viewing time per country of production
		В абсолютных единицах In absolute units	В % от суммарного условного количества выходов In % of the total conditional number of broadcasts	В % от суммарного условного времени просмотра In % of the total conditional viewing time
1	СССР [USSR]	9013,0	38,2%	22,1%
2	США [USA]	6479,3	27,5%	34,0%
3	РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ [RUSSIAN FEDERATION]	4471,1	19,0%	28,1%
4	ФРАНЦИЯ [FRANCE]	697,9	3,0%	2,6%
5	ВЕЛИКОБРИТАНИЯ [UNITED KINGDOM]	545,0	2,3%	2,3%

6	ФРГ [FRG]	348,7	1,5%	3,1%
7	УКРАИНА [UKRAINE]	322,2	1,4%	1,8%
8	КАНАДА [CANADA]	293,8	1,2%	1,1%
9	ИТАЛИЯ [ITALY]	172,1	0,7%	0,7%
10	АВСТРАЛИЯ [AUSTRALIA]	133,7	0,6%	0,6%
11	ИНДИЯ [INDIA]	133,3	0,6%	0,4%
12	ГОНКОНГ [HONG KONG]	112,3	0,5%	0,4%
13	ИСПАНИЯ [SPAIN]	85,3	0,4%	0,2%
14	КНР [PRC]	76,9	0,3%	0,5%
15	ГДР [GDR]	76,8	0,3%	0,2%
16	ЯПОНИЯ [JAPAN]	47,7	0,2%	0,2%
17	ПОЛЬША [POLAND]	47,0	0,2%	0,2%
18	БЕЛОРУССИЯ [BELARUS]	45,3	0,2%	0,2%
19	ЧЕХИЯ [CZECH]	42,8	0,2%	0,2%
20	НОВАЯ ЗЕЛАНДИЯ [NEW ZEALAND]	41,9	0,2%	0,5%
21	ВЕНГРИЯ [HUNGARY]	29,7	0,1%	0,1%
22	БЕЛЬГИЯ [BELGIUM]	28,9	0,1%	0,1%
23	ЧЕХОСЛОВАКИЯ [CZECOSLOVAKIA]	26,2	0,1%	0,1%
24	ИРЛАНДИЯ [IRELAND]	26,0	0,1%	0,1%
25	МЕКСИКА [MEXICO]	23,5	0,1%	0,1%
26	БОЛГАРИЯ [BULGARIA]	20,6	0,1%	0,1%
27	ШВЕЦИЯ [SWEDEN]	20,2	0,1%	0,1%
28	НОРВЕГИЯ [NORWAY]	15,8	0,1%	0,1%
29	РУМУНИЯ [ROMANIA]	14,7	0,1%	0,02%
30	ЮЖНАЯ КОРЕЯ [SOUTH KOREA]	13,5	0,1%	0,02%
31	ЮАР [SOUTH AFRICA]	13,1	0,1%	0,1%
32	ШВЕЙЦАРИЯ [SWITZERLAND]	12,9	0,1%	0,03%
33	КАЗАХСТАН [KAZAKHSTAN]	12,5	0,1%	0,02%
34	ФИНЛЯНДИЯ [FINLAND]	12,5	0,1%	0,1%

Данные компании «Медиаскоп».

Data presented by Mediascope.

Среди бывших республик СССР в списке стран-производителей обнаружены 10 государств. Это: Россия (19,0%), Украина (1,4%), Белоруссия (0,2%), Казахстан (0,1%), а также на уровне единичных выходов — Азербайджан, Армения, Грузия, Латвия, Литва и Узбекистан. Таким образом, несмотря на сложность межгосударственных отношений современной России с рядом постсоветских стран, их кинопродукция все же выходит на экраны российских телеканалов. Так, фильмы украинского производства, включая созданные совместно с другими странами, демонстрировали 16 обследуемых телеканалов, в том числе «большая тройка» — «Первый канал», «Россия-1», «НТВ». В итоге Украина входит в семерку стран, чья кинопродукция активно транслируется на российских телеканалах.⁸ Латвийские фильмы шли на каналах «Россия-1», «Россия-Культура» и «Дом кино», литовские — на «Первом канале» и «ТВ-3».

В таблице 4 также содержится информация о доле условного времени просмотра художественных фильмов той или иной страны-производителя. Данный показатель рассчитывался по следующему алгоритму. Из базы данных компании «Медиаскоп» выгружалось среднее время просмотра по каждой записи художественных фильмов. Эта величина умножалась на коэффициент участия. Для каждой страны вычислялось суммарное условное время просмотра, а затем брался процент от суммарного условного времени всех просмотров. Результаты такого анализа приведены в последней колонке таблицы 4.

Оказалось, что наибольшее условное время просмотра приходится на фильмы, произведенные США (34,0%). Второй по величине оказалось условное время просмотра фильмов постсоветского российского производства (28,1%), третьей — производства СССР (22,1%). Однако транслируемые фильмы производства США были созданы в диапазоне от 1921 года по 2018 год. И потому логично было бы сложить показатели современного российского и советского периода, что по-

⁸ Часто фильмы, для которых страна-производитель — Украина, являются, по сути, российскими. Экономически выгоднее снимать их на Украине, в них часто играют многие российские актеры, и они ценностно близки российскому зрителю.

зволяет сопоставить результаты анализа за сходный период производства фильмов. Объединение данных по СССР и современной России приводит к величине совокупного времени просмотра в процентном выражении, равной 50,2%. Таким образом, как в структуре показа, так и в структуре просмотров доминируют отечественные ленты.

Однако обратим внимание на тот факт, что фильмы производства США в структуре просмотров демонстрируют более высокие показатели, чем в структуре показа, что свидетельствует о несбалансированности спроса и предложения рассматриваемой группой телеканалов. Впрочем, важно подчеркнуть, что данный анализ не отличается полностью, поскольку вне рассмотрения остается большое количество платных телеканалов, некоторые из которых показывают американскую продукцию.⁹ При этом следует отметить, что в общей массе телезрителей эти недостающие данные не будут превалировать, поскольку в общей структуре просмотров все анализируемые каналы в течение рассматриваемого периода занимали 83,99% от всего времени телепросмотров, причем остальные 16,01% времени приходятся не только на платные каналы (кабельные, спутниковые. IPTV), но и на бесплатные локальные эфирные, а также ОТР, где приоритет отдается отечественной продукции. Кроме того, в структуре просмотра собственно платных телеканалов, значительная часть времени приходится на каналы иной направленности — информационные, спортивные, детские, познавательные, музыкальные и др.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ, СОБИРАВШИЕ НАИБОЛЬШУЮ АУДИТОРИЮ НА РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ В 2018–2019 ГОДОВ

Помимо информации о структуре сеток вещания, компания «Медиаскоп» предоставляет данные об объемах аудитории. Рассмотрим

⁹ Операторы платного телевидения в рамках тематических пакетов стараются обеспечить специализацию контента по разным основаниям, в том числе по географическому. Так, в числе 44 платных киноканалов, для которых компания «Медиаскоп» дает лишь обобщен-

общую картину распределения аудитории между анализируемыми телеканалами в течение изучаемого периода времени. Такое представление дает таблица 5, в которой приведены доли аудитории 29-ти телеканалов с 31 декабря 2017 года по 10 марта 2019 года для жителей российских городов, численностью населения от 100 тысяч человек и более в возрасте от 4 лет и старше.

Таблица 5 [Table 5]

**ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АУДИТОРИИ МЕЖДУ 29-ю ИЗМЕРЯЕМЫМИ ТЕЛЕКАНАЛАМИ
В ТЕЧЕНИЕ АНАЛИЗИРУЕМОГО ПЕРИОДА**

**SHARED DISTRIBUTION OF THE AUDIENCE AMONG THE 29 MEASURED TV CHANNELS
DURING THE ANALYZED PERIOD**

	Телеканал TV channel	Доля аудитории, % Audience share, %
1	Россия-1 [Russia-1]	12,76
2	Первый канал [Channel One]	11,63
3	НТВ [NTV]	9,27
4	Пятый канал [Channel Five]	6,25
5	РЕН ТВ [Ren TV]	5,37
6	ТНТ [TNT]	4,90
7	СТС [STS]	4,84
8	Домашний [Domashniy]	3,19
9	ТВ Центр [TV Centre]	3,01
10	ТВ-3 [TV-3]	2,90
11	Карусель [Carousel]	2,67
12	Звезда [Zvezda]	2,47
13	Матч ТВ [Match TV]	1,91
14	Пятница [Friday]	1,88

ные агрегированные показатели аудитории без привязки к эфирным элементам, встречаем, например, «Zee TV» и «Индийское кино», показывающие исключительно индийские фильмы, «Еврокино», где присутствует только европейские киноленты, не говоря уже о множестве каналов, показывающих исключительно отечественную продукцию — «TV 1000 Русское кино», «Русский бестселлер», «Русский детектив», «Русский иллюзион», «Русский роман» и др.

15	Россия-24 [Russia-24]	1,87
16	Дом кино [Dom kino]	1,57
17	Мир [Mir]	1,15
18	Россия-Культура [Russia-Culture]	1,14
19	Че [Che]	0,90
20	Ю [U]	0,86
21	Муз ТВ [Muz TV]	0,65
22	ТНТ-4 [TNT 4]	0,64
23	2X2	0,46
24	СТС Love [STS Love]	0,45
25	Спас [Spas]	0,38
26	Канал Дисней [Disney Channel]	0,32
27	Discovery Channel	0,32
28	Супер [Super]	0,21
29	Euronews	0,02
	СУММА [TOTAL]	83,99

Данные компании «Медиаскоп».

Data presented by Mediascope.

Из таблицы видно, что наибольшую долю аудиторию в течение указанного времени имели телеканалы «Россия-1» (12,76%), «Первый канал» (11,63%) и «НТВ» (9,27%), которые в сумме захватывают треть всей телеаудитории (33,66%). Далее идут: «Пятый канал» (6,25%), «РЕН ТВ» (5,37%) и «ТНТ» (4,90%). Первая шестерка каналов в сумме собирает половину всей аудитории (50,18%).

Если суммировать показатели 19 измеряемых общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов, то на них приходится 78,3% всей телевизионной аудитории.

Что следует из этих цифр? Они предопределяют высокую вероятность того, что по отдельным выходам наибольшую аудиторию собирают художественные фильмы, транслируемые на ведущих телеканалах, преимущественно, на так называемой «первой тройке» — «Первом канале», «России-1» и «НТВ». Ниже мы проверим справедливость данного утверждения.

Таблица 6 содержит информацию о двадцати эфирных элементах, описывающих художественные фильмы, которые собрали наибольшую по величине аудиторию в течение рассматриваемого периода времени. Прежде чем описать полученные результаты, остановимся на интерпретации показателей «рейтинг» и «доля аудитории», используемых в таблице 6. В современных системах измерения телевизионной аудитории под словом «рейтинг телепрограммы» понимается средняя процентная величина аудитории данной программы от размера генеральной совокупности. Усреднение берется на длительности трансляции (хронометраже) телепрограммы. Под «долей аудитории телепрограммы» понимается средняя процентная величина аудитории данной программы от средней величины всей телевизионной аудитории на хронометраже передачи (всех, кто был у телеэкрана в этом интервале). Поскольку вся телеаудитория никогда не достигает 100% от генеральной совокупности, то вычисление доли аудитории происходит на меньшей процентной базе. Следовательно, по своему численному значению, доля аудитории всегда больше рейтинга, что и представлено в таблице.

Из таблицы 6 видно, что в течение рассматриваемого периода самую большую аудиторию собрала лента «Последний богатырь» (Россия, 2017, режиссер Д. Дьяченко), которую транслировал телеканал «Россия-1» 1 января 2018 года в 20:30 (рейтинг 11,8%, доля аудитории 32,3%). Ее посмотрели в среднем треть всех тех, кто находился у телевизора в течение трансляции. На втором месте находим старый добрый фильм «Любовь и голуби» (СССР, 1984, режиссер В. Меньшов), шедший на «Первом канале» 31 декабря 2018 года в 18:11 (рейтинг 8,1%, доля аудитории 24,3%). На третьем месте — первая часть знаменитой ленты «Ирония судьбы, или С легким паром!» (СССР, 1975, режиссер Э. Рязанов), также вышедший на «Первом канале» 31 декабря 2018 года в 19:53 (рейтинг 8,1%, доля аудитории 22,7%).

Мы видим подтверждение тенденции, отмеченной выше, — чаще всего российские телезрители смотрят отечественные ленты, как современные российские, так и советские. Более того, в двадцатке

наиболее рейтинговых эфирных элементов мы не находим ни одного зарубежного фильма. Первый такой фильм появляется лишь на 21-й позиции. Это оскароносный «Аватар» (Великобритания, США, 2009, режиссер Дж. Кэмерон), который транслировался на «Первом канале» 2 января 2018 года в 21:22 (рейтинг 6,0%, доля аудитории 19,8%).

Таблица 6 [Table 6]

20 ЭФИРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ОПИСЫВАЮЩИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ, КОТОРЫЕ СОБРАЛИ НАИБОЛЬШУЮ ТЕЛЕАУДИТОРИЮ В ТЕЧЕНИЕ АНАЛИЗИРУЕМОГО ПЕРИОДА

20 AIRED ITEMS DESCRIBING FEATURE FILMS WHICH ATTRACTED THE LARGEST AUDIENCE DURING THE ANALYZED PERIOD

№ No.	Название Name	страна-производитель country	год выпуска release year	Телеканал TV channel	Дата Date	Время начала Start time	Рейтинг, % rating, %	доля аудитории, % audience share, %
1	Последний богатырь [The Last Knight]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.18	20:30	11,8	32,2
2	Любовь и голуби [Love and Pigeons]	СССР [USSR]	1984	Первый канал [Channel One]	31.12.18	18:11	8,1	24,3
3	Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 1 [The Irony of Fate, or Enjoy Your Bath! Part 1]	СССР [USSR]	1975	Первый канал [Channel One]	31.12.18	19:53	8,1	22,7
4	Джентльмены удачи. Фрагмент 1* [Gentlemen of Fortune. Fragment 1*]	СССР [USSR]	1971	Первый канал [Channel One]	31.12.18	17:38	8,1	25,1
5	Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 2 [The Irony of Fate, or Enjoy Your Bath! Part 2]	СССР [USSR]	1975	Первый канал [Channel One]	31.12.18	21:15	7,9	21,5
6	Иван Васильевич меняет профессию [Ivan Vasilievich: Back to the Future]	СССР [USSR]	1973	Первый канал [Channel One]	31.12.17	21:17	7,9	20,7

7	Джентльмены удачи. Фрагмент 2* [Gentlemen of Fortune. Fragment 2*]	СССР [USSR]	1971	Первый канал [Channel One]	31.12.18	16:35	7,4	24,6
8	Движение вверх [Going Vertical]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	23.02.19	20:28	7,3	22,8
9	Тренер [Coach]	Россия [Russia]	2018	Россия-1 [Russia-1]	15.07.18	20:35	7,2	27,2
10	Иван Васильевич меняет профессию [Ivan Vasilievich: Back to the Future]	СССР [USSR]	1973	Россия-1 [Russia-1]	31.12.18	20:54	6,9	19,2
11	Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика [Kidnapping, Caucasian Style]	СССР [USSR]	1966	Первый канал [Channel One]	31.12.17	18:13	6,9	19,1
12	Несокрушимый [Indestructible]	Россия [Russia]	2018	Первый канал [Channel One]	18.01.19	21:33	6,7	21,7
13	Большой [Bolshoi]	Россия [Russia]	2016	Россия-1 [Russia-1]	09.03.18	20:36	6,7	22,5
14	Бриллиантовая рука [The Diamond Arm]	СССР [USSR]	1968	Первый канал [Channel One]	31.12.18	15:00	6,4	22,7
15	В бой идут одни «старики» [Only "Old Men" Are Going Into Battle]	СССР [USSR]	1973	Первый канал [Channel One]	09.05.18	19:34	6,4	21,1
16	Последний богатырь [The Last Knight]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.19	20:32	6,4	19,5
17	Лед [Ice]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	08.03.19	21:17	6,3	21,6
18	Салют-7 [Salyut 7]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	23.02.18	20:50	6,2	18,4
19	Бриллиантовая рука [The Diamond Arm]	СССР [USSR]	1968	Россия-1 [Russia-1]	31.12.17	20:01	6,2	16,5
20	Притяжение [Attraction]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.18	22:28	6,0	22,0

*Примечание. «Первый канал» разбил трансляцию фильма «Джентльмены удачи» 31.12.18. на два фрагмента, между которыми был новостной выпуск. Компания «Медиаскоп» записала данный факт как две эфирные единицы с разными аудиторными показателями.

*Note. Channel One split the film Gentlemen of Fortune, which was broadcast on December 31, 2018, into two fragments with news edition in-between. "Mediascope" registered it as two broadcast items with different audience indicators.

Подтвердилось предположение о том, что наибольшую аудиторию собирают фильмы, выходявшие на ведущих каналах, — в списке

наиболее высокорейтинговой двадцатки присутствуют только ленты, шедшие на «России-1» и «Первом канале». Та же тенденция наблюдается вплоть до 50-го места все строчки занимают кинотрансляции только на двух перечисленных каналах. Для наглядности перечислим на каком месте находятся самые рейтинговые кинотрансляции ведущих каналов. Итак:

- «Россия-1» — 1-е место («Последний богатырь», 1 января 2018 г. в 20:30; рейтинг 11,8%);
- «Первый канал» — 2-е место («Любовь и голуби», 31 декабря 2018 г. в 18:11; рейтинг 8,1%);
- «СТС» — 50-е место («Гарри Поттер и дары смерти», 8 января 2018 г. в 21:01; рейтинг 4,6%);
- «НТВ» — 52-е место («Топор», 9 мая 2018 г. в 21:53; рейтинг 4,6%);
- «Рен ТВ» — 203-е место («Сумерки. Сага. Рассвет: Часть 2», 1 апреля 2018 г. в 21:00; рейтинг 3,1%);
- «Пятый канал» — 373-е место («Самогонщики», 11 марта 2018 г. в 16:32; рейтинг 2,4%);
- «Домашний» — 441-е место («За бортом», 6 января 2018 г. в 20:58; рейтинг 2,2%);
- «ТНТ» — 712-е место («1+1», 12 января 2019 г. в 21:03; рейтинг 1,8%).

Еще одна интересная деталь — есть несколько лент, которые дважды вошли в двадцатку наиболее рейтинговых. Это: «Последний богатырь», транслировавшийся в новогодний период и в 2018-м, и в 2019-м году на канале «Россия-1»; «Иван Васильевич меняет профессию», показанный 31 декабря 2017 года на «Первом канале» и 31 декабря 2018 года на канале «Россия-1»; «Бриллиантовая рука» — фильм, вышедший в эфир 31 декабря 2017 года на канале «Россия-1» и 31 декабря 2018 года на «Первом канале». Они входят в «золотой фонд» отечественного кино, и всегда собирают значимую по величине аудиторию, но более всего — в новогодние праздники. Неоднократ-

но предпринимались попытки нарушить традицию их трансляции на Новый год, но те каналы, которые вели такие эксперименты, каждый раз оказывались в проигрыше. Также дважды встречается название «Джентльмены удачи» 31 декабря 2018 года на «Первом канале», но здесь причина в другом. Это одна трансляция художественного фильма с разрывом, в течение которого был новостной спецвыпуск, а компания «Медиаскоп» записала эту трансляцию как два разных фрагмента. Такой прием телеканалы практикуют сравнительно редко, однако данная практика вносит некоторую погрешность в подсчет количества выходов художественных фильмов в эфир. До некоторой степени последнее замечание касается и знаменитой ленты «Ирония судьбы, или С легким паром!» в двух частях. Каждая часть регистрируется «Медиаскопом» как отдельная трансляция.

Еще одно наблюдение — из 20-ти наиболее рейтинговых кинофильмов 18 транслировались в праздничные дни — Новый год, День защитника Отечества, Международный женский день, День Победы. Не вошли в группу трансляций в праздники фильмы «Тренер» (15 июля 2018 года, «Россия-1») и «Несокрушимый» (18 января 2019 года, «Первый канал»), что хорошо соотносится с выводами О.Е. Карповой [30].

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ, СОБИРАВШИЕ НАИБОЛЬШУЮ АУДИТОРИЮ НА РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ В 2018–2019 ГОДОВ СРЕДИ МУЖЧИН И СРЕДИ ЖЕНЩИН

Есть ли разница в просмотрах художественных фильмов между мужчинами и женщинами? Таблица 7 содержит информацию о наиболее высокорейтинговых эфирных элементах, описывающих художественные фильмы, среди мужской аудитории. Мы видим примерно тот же набор художественных фильмов, что и в таблице 6. Вновь на первой строчке обнаруживаем ленту «Последний богатырь», вышедшую в эфир 1 января 2018 года на канале «Россия-1». В тройке самых

рейтинговых обнаруживаем также трансляцию фильма «Любовь и голуби» от 31 декабря 2018 года на «Первом канале».

Снова подтверждается тенденция о приоритетах просмотра отечественных фильмов — в двадцатке наиболее рейтинговых среди мужчин обнаруживаем лишь один фильм иностранного производства. Это «Аватар», вышедший в эфир 2 января 2018 года на «Первом канале» и занявший 10-ю позицию в таблице 7. Вновь все самые рейтинговые выходы были на каналах «большой тройки». Разница лишь в том, что в таблице 7 фигурирует телеканал «НТВ» — на нем 9 мая 2018 года транслировалась лента «Топор». Этого эфирного элемента не было в таблице 6. Еще раз видим, что фильмы «Последний богатырь», «Иван Васильевич меняет профессию» и «Бриллиантовая рука», транслировавшиеся в новогодние праздники с интервалом в один год, неизменно собирают большие аудитории. Сохранилась и отмеченная выше тенденция, связанная с максимизацией аудитории художественных фильмов в праздничные дни. В таблице 7 среди лент, оказавшихся на двадцати первых позициях, в праздничные дни выходили шестнадцать.

Остановимся на трансляциях фильмов, вошедших в двадцатку наиболее рейтинговых среди мужчин, но не вошедших в двадцатку по всей аудитории. Это ленты: «Аватар» (Великобритания, США, 2009, режиссер Дж. Кэмерон), «Викинг» (Россия, 2016, режиссер А. Кравчук), «Крым» (Россия, 2017, режиссер А. Пиманов) и «Топор» (Россия, 2018, режиссер В. Семеновых). Что общего между ними? В каждом из них есть сильные мужские персонажи и яркая история, где главные герои — мужчины, совершающие подвиги, показывающие настоящий характер. В этих лентах есть основа для идентификации зрителей-мужчин с данными персонажами, что, вероятно, и делает фильмы более привлекательными для мужской аудитории.

Таблица 7 [Table 7]

**20 ЭФИРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ОПИСЫВАЮЩИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ,
КОТОРЫЕ СОБРАЛИ НАИБОЛЬШУЮ МУЖСКУЮ ТЕЛЕАУДИТОРИЮ
В ТЕЧЕНИЕ АНАЛИЗИРУЕМОГО ПЕРИОДА**

**20 AIRED ITEMS DESCRIBING FEATURE FILMS WHICH ATTRACTED THE LARGEST MALE
AUDIENCE DURING THE ANALYZED PERIOD**

№ No.	Название Name	страна-производитель country	год выпуска release year	Телеканал TV channel	Дата Date	Время начала Start time	Рейтинг, % rating, %	доля аудитории, % audience share, %
1	Последний богатырь [The Last Knight]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.18	20:30	10,5	33,2
2	Джентльмены удачи. Фрагмент 2* [Gentlemen of Fortune. Fragment 2*]	СССР [USSR]	1971	Первый канал [Channel One]	31.12.18	17:38	8,0	28,1
3	Любовь и голуби [Love and Pigeons]	СССР [USSR]	1984	Первый канал [Channel One]	31.12.18	18:11	7,4	25,0
4	Тренер [Coach]	Россия [Russia]	2018	Россия-1 [Russia-1]	15.07.18	20:35	7,3	29,8
5	Джентльмены удачи. Фрагмент 1* [Gentlemen of Fortune. Fragment 1*]	СССР [USSR]	1971	Первый канал [Channel One]	31.12.18	16:35	7,3	27,0
6	Несокрушимый [Indestructible]	Россия [Russia]	2018	Первый канал [Channel One]	18.01.19	21:33	6,9	25,6
7	Иван Васильевич меняет профессию [Ivan Vasilievich: Back to the Future]	СССР [USSR]	1973	Первый канал [Channel One]	31.12.17	21:17	6,9	20,0
8	Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 1 [The Irony of Fate, or Enjoy Your Bath! Part 1]	СССР [USSR]	1975	Первый канал [Channel One]	31.12.18	19:53	6,8	21,5
9	Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 2 [The Irony of Fate, or Enjoy Your Bath! Part 2]	СССР [USSR]	1975	Первый канал [Channel One]	31.12.18	21:15	6,8	20,2

10	Аватар [Avatar]	Велико-британия, США [Great Britain, USA]	2009	Первый канал [Channel One]	02.01.18	21:22	6,4	24,4
11	Иван Васильевич меняет профессию [Ivan Vasilievich: Back to the Future]	СССР [USSR]	1973	Россия-1 [Russia-1]	31.12.18	20:54	6,4	19,2
12	Бриллиантовая рука [The Diamond Arm]	СССР [USSR]	1968	Первый канал [Channel One]	31.12.18	15:00	6,1	24,4
13	Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика [Kidnapping, Caucasian Style]	СССР [USSR]	1966	Первый канал [Channel One]	31.12.17	18:13	6,0	18,2
14	Движение вверх [Going Vertical]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	23.02.19	20:28	5,8	20,9
15	Притяжение [Attraction]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.18	22:28	5,7	24,4
16	Крым [Crimea]	Россия [Russia]	2017	Первый канал [Channel One]	17.03.18	21:31	5,4	19,4
17	Последний богатырь [The Last Knight]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.19	20:32	5,3	18,4
18	Бриллиантовая рука [The Diamond Arm]	СССР [USSR]	1968	Россия-1 [Russia-1]	31.12.17	20:01	5,3	15,7
19	Топор [Axe]	Россия [Russia]	2018	НТВ [NTV]	09.05.18	21:53	5,2	23,8
20	Викинг [Viking]	Россия [Russia]	2016	Первый канал [Channel One]	11.03.18	18:26	5,2	15,3

***Примечание.** «Первый канал» разбил трансляцию фильма «Джентльмены удачи» 31.12.18. на два фрагмента, между которыми был новостной выпуск. Компания «Медиаскоп» записала данный факт как две эфирные единицы с разными аудиторными показателями.

***Note.** Channel One split the film *Gentlemen of Fortune*, which was broadcast on December 31, 2018, into two fragments with news edition in-between. "Mediascope" registered it as two broadcast items with different audience indicators.

В таблице 8 представлены 20 эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, которые собрали наибольшую женскую аудиторию. Мы видим набор художественных фильмов, близкий к тому, что представлен в таблице 6.

Таблица 8 [Table 8]

**20 ЭФИРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ОПИСЫВАЮЩИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ,
КОТОРЫЕ СОБРАЛИ НАИБОЛЬШУЮ ЖЕНСКУЮ ТЕЛЕАУДИТОРИЮ
В ТЕЧЕНИЕ АНАЛИЗИРУЕМОГО ПЕРИОДА**

**20 AIRED ITEMS DESCRIBING FEATURE FILMS WHICH ATTRACTED THE LARGEST FEMALE
AUDIENCE DURING THE ANALYZED PERIOD**

№ No.	Название Name	страна-производитель country	год выпуска release year	Телеканал TV channel	Дата Date	Время начала Start time	Рейтинг, % rating, %	доля аудитории, % audience share, %
1	Последний богатырь [The Last Knight]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.18	20:30	12,8	31,6
2	Большой [Bolshoi]	Россия [Russia]	2016	Россия-1 [Russia-1]	09.03.18	20:36	9,3	27,9
3	Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 1 [The Irony of Fate, or Enjoy Your Bath! Part 1]	СССР [USSR]	1975	Первый канал [Channel One]	31.12.18	19:53	9,1	23,4
4	Любовь и голуби [Love and Pigeons]	СССР [USSR]	1984	Первый канал [Channel One]	31.12.18	18:11	8,7	23,8
5	Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 2 [The Irony of Fate, or Enjoy Your Bath! Part 2]	СССР [USSR]	1975	Первый канал [Channel One]	31.12.18	21:15	8,7	22,4
6	Иван Васильевич меняет профессию [Ivan Vasilievich: Back to the Future]	СССР [USSR]	1973	Первый канал [Channel One]	31.12.17	21:17	8,7	21,2
7	Движение вверх [Going Vertical]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	23.02.19	20:28	8,5	24,1
8	Лед [Ice]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	08.03.19	21:17	8,4	25,4
9	Джентльмены удачи. Фрагмент 2* [Gentlemen of Fortune. Fragment 2*]	СССР [USSR]	1971	Первый канал [Channel One]	31.12.18	17:38	8,1	23,0
10	Прости [Sorry]	Украина [Ukraine]	2016	Россия-1 [Russia-1]	18.03.18	19:02	7,8	20,5

11	Джентльмены удачи. Фрагмент 1* [Gentlemen of Fortune. Fragment 1*]	СССР [USSR]	1971	Первый канал [Channel One]	31.12.18	16:35	7,6	23,1
12	Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика [Kidnapping, Caucasian Style]	СССР [USSR]	1966	Первый канал [Channel One]	31.12.17	18:13	7,6	19,7
13	Новый муж [New husband]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	10.03.18	21:05	7,5	24,5
14	В бой идут одни «ста- рики» [Only “Old Men” Are Going Into Battle]	СССР [USSR]	1973	Первый канал [Channel One]	09.05.18	19:34	7,4	21,9
15	Салют-7 [Salyut 7]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	23.02.18	20:50	7,4	19,7
16	Иван Васильевич меняет профессию [Ivan Vasilievich: Back to the Future]	СССР [USSR]	1973	Россия-1 [Russia-1]	31.12.18	20:54	7,4	19,2
17	Красотка [Pretty Woman]	США [USA]	1990	Первый канал [Channel One]	08.03.18	18:42	7,3	20,9
18	Тренер [Coach]	Россия [Russia]	2018	Россия-1 [Russia-1]	15.07.18	20:35	7,2	25,3
19	Последний богатырь [The Last Knight]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.19	20:32	7,2	20,2
20	Двойная ложь [Double lies]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	24.02.18	21:02	7,1	22,9

*Примечание. «Первый канал» разбил трансляцию фильма «Джентльмены удачи» 31.12.18. на два фрагмента, между которыми был новостной выпуск. Компания «Медиаскоп» записала данный факт как две эфирные единицы с разными аудиторными показателями.

*Note. Channel One split the film Gentlemen of Fortune, which was broadcast on December 31, 2018, into two fragments with news edition in-between. “Mediascope” registered it as two broadcast items with different audience indicators.

И снова на первой строчке «Последний богатырь» (выход 1 января 2018 года на канале «Россия-1»). В тройке самых рейтинговых здесь обнаруживаем также ленту, снятую Э. Рязановым «Ирония судьбы, или С легким паром!», вышедшую в эфир на «Первом канале» 31 декабря 2018 года в 19:53. Вновь мы видим, что в двадцатке наиболее рейтинговых трансляций художественных фильмов среди

женщин преобладают отечественные ленты. Их 18 из 20. И лишь две ленты иностранного производства, одна из которых может весьма условно считаться иностранной. Это фильм «Прости» (Украина, 2016, режиссер Р. Барабаш), вышедший в эфир 18 марта 2018 года на канале «Россия-1» и занявший 10-ю позицию в таблице 8. Кроме нее в двадцатке оказался фильм «Красотка» (США, 1990, режиссер Г. Маршалл), транслировавшийся 8 марта 2018 года на «Первом канале» и занявший 17-е место. Вновь мы обнаруживаем, что все самые рейтинговые трансляции были на «Первом канале» и «России-1».

Снова мы видим, что фильмы «Последний богатырь» и «Иван Васильевич меняет профессию», транслировавшиеся в новогодние праздники с интервалом в один год, собирают большие аудитории. В то же время мы не находим в самой высокорейтинговой двадцатке ленту «Бриллиантовая рука», которая дважды фигурировала в общем списке и списке самых рейтинговых трансляций среди мужчин. Сохранилась и отмеченная выше тенденция, связанная с максимизацией аудитории художественных фильмов в праздничные дни. В таблице 8, из лент, оказавшихся на двадцати первых позициях, в праздничные дни выходили семнадцать.

Выделим трансляции фильмов, вошедших в двадцатку наиболее рейтинговых среди женщин, но не вошедших в двадцатку по всей аудитории. Это четыре мелодраматические ленты: «Двойная ложь» (Россия, 2017, режиссер С. Лялин), «Красотка» (США, 1990, режиссер Г. Маршалл), «Новый муж» (Россия, 2017, режиссер В. Устюгов) и «Прости» (Украина, 2016, режиссер Р. Барабаш). В них есть любовные истории, яркие героини, с которыми, судя по всему, легко идентифицировать себя женщинам-телезрительницам.

Как объяснить столь высокое совпадение первых двадцаток трансляций художественных фильмов в общей аудитории, среди мужчин и среди женщин? Наиболее простое предположение состоит в том, что в праздничные дни одновременно у телеэкрана собирается если не вся семья, то хотя бы несколько ее членов. База данных компании «Медиаскоп» дает некоторые возможности для проверки

этой гипотезы. Наряду с указанием среднего количества зрителей, реально смотрящих некоторый фильм, указывается и среднее число домохозяйств (квартир или домов), где смотрели тот же фильм. Если разделить среднее число телезрителей на среднее число домохозяйств, то получим среднее число зрителей данного фильма на одно домохозяйство, а значит, в первом приближении, среднее в семье число людей, вместе смотревших фильм. В целом по всем анализируемым эфирным элементам эта величина была равна 1,26. Однако для рассмотренных высокорейтинговых трансляций художественных фильмов она была выше — от 1,40 до 1,56. Следовательно, секрет высокого рейтинга по всей аудитории — в семейном просмотре. Он же возможен, если транслируются фильмы жанров, одинаково привлекательных как для мужчин, так и для женщин. Одним из таких киножанров, безусловно, является комедия при условии сбалансированности в ней мужских и женских персонажей. Грубые боевики часто отталкивают женскую аудиторию, слезоточивые мелодрамы, напротив, мужскую. Найти нужный баланс — настоящее искусство, которое удается немногим режиссерам. В то же время настроение фильма его, так сказать, тональность должны соответствовать духу праздника. Поэтому в День Победы большие аудитории собирают фильмы о Великой Отечественной войне, в Международный женский день — фильмы о женской судьбе, а новогодняя история о подвыпившем докторе, случайно залетевшим в Ленинград, — на Новый год.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ, СОБИРАВШИЕ НАИБОЛЬШУЮ АУДИТОРИЮ НА РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ В 2018–2019 ГГ. В РАЗЛИЧНЫХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУППАХ

Вопрос о возрастных различиях в телепросмотрах весьма непростой. Чаще всего, исследователи формируют возрастные группы (или когорты) по формальным основаниям, осуществляя деление с равномерным шагом, обычно в 10 или 5 лет. На первый взгляд, получаемые

в измерениях рейтинги телетрансляций надо привязывать к интересам той или иной возрастной группы, что, в принципе, верно. Однако такая привязка необходима, но недостаточна. В настоящем исследовании была поставлена задача выявления возрастной типологии в выборе кинотрансляций. Другими словами, был задан следующий исследовательский вопрос: как происходит группировка зрителей по паспортному возрасту, исходя из реального просмотра художественных фильмов?

Для ответа на поставленный вопрос был применен следующий алгоритм статистической обработки данных. Весь диапазон возрастов взрослых участников официальной системы измерения (от 18 лет и старше) был разбит на равномерные возрастные интервалы в 3 года: 18–20 лет, 21–23 года, 24–26 лет и т.д. — всего 23 когорты. Подобное решение объясняется тем, что размер выборки по каждому паспортному возрасту варьировался от 30 до 288 чел. Объединение в трехлетние когорты привело к размеру каждой когорты в пределах от 91 (возраст 81–83 года) до 876 (33–35 лет) человек. Такой прием уменьшает статистическую ошибку в расчетах. Далее был сформирован массив данных по всем анализируемым эфирным событиям по всем выделенным возрастным когортам (размер матрицы: 23548 записей* 23 когорты). Эта матрица была подвергнута процедуре факторного анализа методом главных компонент. Напомним, что математический смысл факторного анализа — объединение содержательных переменных на основе их корреляций.

В итоге были выделены 3 фактора, соответствующие трем возрастным группам: 18–20 лет; 21–59 лет; 60 лет и старше. Как объяснить такой необычный результат? Ответ лежит в различиях обращения к телевидению как функции образа жизни, который в свою очередь, связан с занятостью и социальным статусом. Более детальное изучение этого вопроса приводит к следующей картине, подчеркнем, предельно схематичной.

18–20 лет. Условимся называть эту группу старшей юношеской (И.С. Кон называл ее «поздней юностью» [54, с. 44]), поскольку эти

возрастные границы часто включены в более широкую юношескую группу, нижняя возрастная граница которой условно составляет 14–15 лет [54, с. 43]¹⁰. Вспомним, что выборка участников системы измерения телеаудитории России развернута среди населения крупных и средних городов, в которых есть немало высших и средних специальных учебных заведений (университеты, академии, институты, колледжи, техникумы, училища и т.п.). Поэтому следует ожидать, что в этой группе доминирует обращение к художественным фильмам на телевидении в часы, свободные от посещения учебных заведений.

21–59 лет. Здесь доминирует стиль жизни работающих россиян с пиком аудитории в вечерние часы.

60 лет и старше. Это группа пенсионного возраста с иным структурированием времени. Среди них обращение к телевидению часто происходит в более раннее время, чем в группе работающих.

Для наглядности рассмотрим, как выглядят усредненные кривые телесмотрения в трех выделенных группах в течение рассматриваемого периода по будням и выходным (см. рис. 2–3). На обоих рисунках нижние графики отображают среднесуточные распределения для аудитории в возрасте 18–20 лет, расположенные в середине — для возраста 21–59 лет, верхние — для аудитории от 60 лет и старше. Видны три тенденции:

1. Объем общей аудитории в возрасте 18–20 лет (по всем каналам вместе взятым) в каждый момент заметно ниже, чем в остальных группах.

2. Объем общей аудитории в возрасте от 60 лет и старше (по всем каналам вместе взятым) в каждый момент заметно выше, чем в остальных группах.

3. Пики аудитории в трех группах смещены относительно друг друга. Самый ранний пик (20:45) наблюдается в группе от 60 лет и старше, самый поздний — в возрасте 18–20 лет — на час позже (21:45). В группе 21–59 лет — 21:00.

¹⁰ Фундаментальное исследование этой проблемы см.: [55]. Также подробнее об этом см.: [56].

Существенно отличается и величина пиков. По будням для группы 18–20 лет она составляет 11,6%, для группы 21–59 лет — 29,7%, а для аудитории в возрасте от 60 лет и старше — 53,6%. Аналогичную картину наблюдаем и в выходные дни: для группы 18–20 лет — 12,2%, 21–59 лет — 30,4%, 60 лет и старше — 53,2%. Среднесуточное время телепросмотра в трех возрастных группах составило, соответственно: по будням — 1,4, 3,2 и 6,0 часов в сутки; по выходным — 1,6, 4,0 и 6,5 часов в сутки.

На основании полученной типологии были выделены эфирные элементы, описывающие художественные фильмы, которые собрали наибольшую телеаудиторию в каждой из трех возрастных групп.

Таблица 9 содержит двадцатку эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, которые собрали наибольшую телеаудиторию в возрасте 18–20 лет в течение анализируемого периода. Мы видим набор художественных фильмов, заметно отличающийся от того, который представлен в таблице 6. Совпадают лишь шесть эфирных элементов из двадцати: две части «Иронии судьбы, или С легким паром!», фрагмент фильма «Джентльмены удачи», «Последний богатырь», «Салют-7» и «Движение вверх».

На первой строчке таблицы 9 расположилась лента «Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 2», вышедшая в эфир на «Первом канале» 31 декабря 2018 года в 19:53. Мы видели ее в общем списке высокорейтинговых эфирных элементов, описывающих художественные фильмы. В тройке высокорейтинговых находим и первую часть той же ленты. Но в этой же тройке вдруг мы находим ленту «Один дома-2» (США, 1992, режиссер К. Коламбус), транслировавшуюся 2 января 2018 года на «Первом канале», которой не было в предыдущих случаях.

В отличие от общего списка высокорейтинговых трансляций и аналогичных списков среди мужчин и женщин, в юношеской группе в двадцатке кинолент, собравших наибольшую аудиторию, нет преобладания отечественных фильмов. Большинство (11 из 20) эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, — иностранного производства, преимущественно США и Великобритании. Семь из

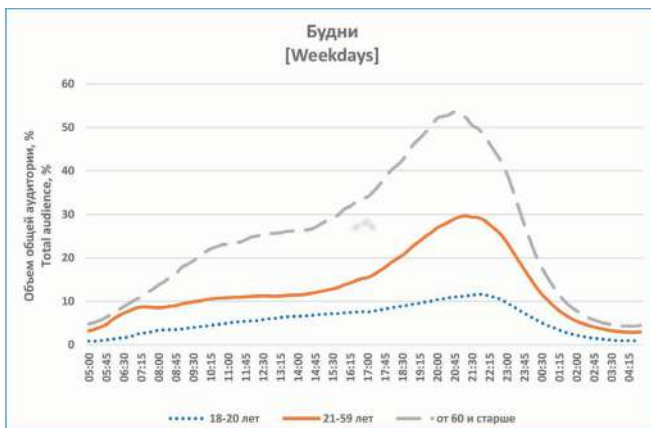


Рис. 2. Распределение объема общей (совокупно по всем телеканалам) аудитории по будним дням в трех возрастных группах с 31 декабря 2017 года по 10 марта 2019 года. Данные компании «Медиаскоп».

Fig. 2. Distribution of the total (for all TV channels) audience on weekdays in the three age groups from December 31, 2017 to March 10, 2019. Data presented by Mediascope.

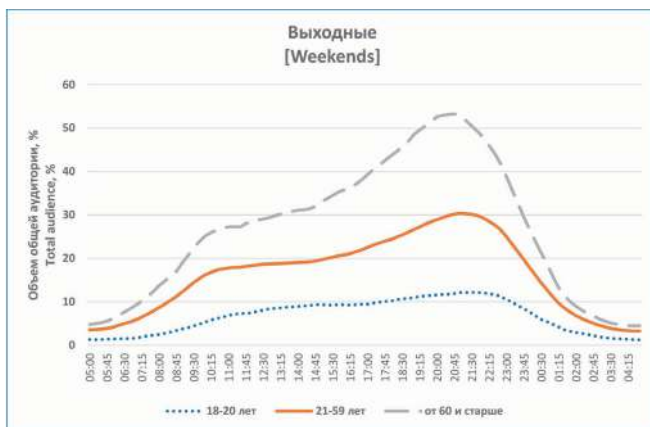


Рис. 3. Распределение объема общей (совокупно по всем телеканалам) аудитории по выходным дням в трех возрастных группах с 31 декабря 2017 года по 10 марта 2019 года. Данные компании «Медиаскоп».

Fig. 3. Distribution of the total (for all TV channels) audience on weekends in the three age groups from December 31, 2017 to March 10, 2019. Data presented by Mediascope.

них — части всемирно признанной «Поттерианы» — ленты о Гарри Поттере, снятые по серии книг писательницы Джоан Роулинг, которые транслировал телеканал «СТС» с 1-го по 8-е января 2018 года. Кроме них, в двадцатке высокорейтинговых обнаруживаем следующие ленты: «Один дома-2» (США, 1992, режиссер К. Коламбус, трансляция на «Первом канале» 2 января 2018 года в 14:10); «Человек-муравей» (США, 2015, режиссер П. Рид, трансляция на канале «СТС» 4 марта 2018 в 21:00); «Стражи Галактики. Часть 2» (США, 2017, режиссер Дж. Ганн, трансляция на канале «СТС» 16 сентября 2018 в 20:59); «Трансформеры. Месть падших» (США, 2009, режиссер М. Бэй, трансляция на канале «СТС» 8 декабря 2018 в 21:00).

Таблица 9 [Table 9]

20 ЭФИРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ОПИСЫВАЮЩИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ, КОТОРЫЕ СОБРАЛИ НАИБОЛЬШУЮ ТЕЛЕАУДИТОРИЮ В ВОЗРАСТЕ 18–20 ЛЕТ В ТЕЧЕНИЕ АНАЛИЗИРУЕМОГО ПЕРИОДА

20 AIRED ITEMS DESCRIBING FEATURE FILMS WHICH ATTRACTED THE LARGEST AUDIENCE AGED 18–20 DURING THE ANALYZED PERIOD

№ No.	Название Name	страна-производитель country	год выпуска release year	Телеканал TV channel	Дата Date	Время начала Start time	Рейтинг, % rating, %	доля аудитории, % audience share, %
1	Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 2 [The Irony of Fate, or Enjoy Your Bath! Part 2]	СССР [USSR]	1975	Первый канал [Channel One]	31.12.18	21:15	7,5	32,0
2	Один дома-2 [Home Alone 2]	США [USA]	1992	Первый канал [Channel One]	02.01.18	14:10	7,1	51,2
3	Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 1 [The Irony of Fate, or Enjoy Your Bath! Part 1]	СССР [USSR]	1975	Первый канал [Channel One]	31.12.18	19:53	5,9	27,5
4	Гарри Поттер и дары смерти. Часть 2 [Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 2]	Великобритания, США [Great Britain, USA]	2011	СТС [STS]	08.01.18	21:01	5,6	32,2

5	Гарри Поттер и кубок огня [Harry Potter and the Goblet of Fire]	Великобри- тания, США [Great Britain, USA]	2005	СТС [STS]	03.01.18	20:58	5,6	31,9
6	Движение вверх [Going Vertical]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	23.02.19	20:28	4,8	48,1
7	Гарри Поттер и Принц- полукровка [Harry Potter and the Half- Blood Prince]	Великобри- тания, США [Great Britain, USA]	2009	СТС [STS]	05.01.18	13:02	4,6	42,8
8	Человек-муравей [Ant-Man]	США [USA]	2015	СТС [STS]	04.03.18	21:00	4,6	40,6
9	Аватар [Avatar]	Великобри- тания, США [Great Britain, USA]	2009	Первый канал [Channel One]	02.01.18	21:22	4,6	27,0
10	Гарри Поттер и Принц- полукровка [Harry Potter and the Half-Blood Prince]	Великобри- тания, США [Great Britain, USA]	2009	СТС [STS]	04.01.18	21:00	4,4	24,7
11	Стражи Галактики. Часть 2 [Guardians of the Galaxy Vol. 2]	США [USA]	2017	СТС [STS]	16.09.18	20:59	4,3	35,8
12	Салют-7 [Salyut 7]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	23.02.18	20:50	4,3	23,2
13	Один дома [Home Alone]	США [USA]	1990	Первый канал [Channel One]	02.01.18	12:15	4,2	40,6
14	Джентльмены удачи. Фрагмент 2* [Gentlemen of Fortune. Fragment 2*]	СССР [USSR]	1971	Первый канал [Channel One]	31.12.18	17:38	4,2	29,4
15	Гарри Поттер и кубок огня [Harry Potter and the Goblet of Fire]	Великобри- тания, США [Great Britain, USA]	2005	СТС [STS]	04.01.18	13:03	4,2	28,6
16	Трансформеры: Мечь падших [Transformers: Revenge of the Fallen]	США [USA]	2009	СТС [STS]	08.12.18	21:00	4,2	28,2
17	Гарри Поттер и дары смерти. Часть 1 [Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 1]	Великобри- тания, США [Great Britain, USA]	2010	СТС [STS]	08.01.18	18:18	4,2	25,6

18	Последний богатырь [The Last Knight]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.18	20:30	4,2	22,6
19	Экипаж [Air Crew]	Россия [Russia]	2016	Россия-1 [Russia-1]	23.02.18	22:59	4,1	30,6
20	Гарри Поттер и тайная комната [Harry Potter and the Chamber of Secrets]	Германия, Великобри- тания, США [Great Britain, Germany, USA]	2002	СТС [STS]	03.01.18	12:55	4,1	28,8

***Примечание.** «Первый канал» разбил трансляцию фильма «Джентльмены удачи» 31.12.18. на два фрагмента, между которыми был новостной выпуск. Компания «Медиаскоп» записала данный факт как две эфирные единицы с разными аудиторными показателями.

***Note.** Channel One split the film *Gentlemen of Fortune*, which was broadcast on December 31, 2018, into two fragments with news edition in-between. "Mediascope" registered it as two broadcast items with different audience indicators.

Вновь подтверждается гипотеза о том, что самые рейтинговые трансляции приходятся на телеканалы с наибольшей долей аудитории. Отличие от случаев, рассмотренных выше, в том, что в юношеской группе эти трансляции шли, кроме «Первого канала» и «России-1», на канале «СТС».

Сохранилась и отмеченная выше тенденция, связанная с максимизацией аудитории художественных фильмов в праздничные дни. Следует вспомнить, что в 2018 году официальными праздничными нерабочими были первые восемь дней января. С учетом данного факта, среди лент, оказавшихся на двадцати первых позициях в юношеской группе, в праздничные дни выходили восемнадцать. Не вошли в группу трансляций в праздники фильмы «Стражи Галактики. Часть 2» (16 сентября 2018 года, «СТС») и «Трансформеры. Месть падших» (8 декабря 2018 года, «СТС»).

В таблице 10 содержится двадцатка эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, которые собрали наибольшую телеаудиторию в возрасте 21–59 лет в течение анализируемого периода.

Если сравнить состав эфирных элементов, представленных в таблице 10, с эфирными элементами таблиц 6–9, то нетрудно заметить, что наибольшее сходство наблюдается с таблицей 6, где представле-

ны данные по всей выборке. Из двадцати эфирных элементов имеет место семнадцать совпадений. В течение рассматриваемого периода самую большую аудиторию в возрасте 21–59 лет собрала лента «Последний богатырь», которую транслировал телеканал «Россия-1» 1 января 2018 года в 20:30 (рейтинг 12,3%, доля аудитории 35,9%). На втором месте — первая часть «Иронии судьбы, или С легким паром!», также вышедший на «Первом канале» 31 декабря 2018 года в 19:53 (рейтинг 9,0%, доля аудитории 26,4%).

Вновь в двадцатке наиболее рейтинговых эфирных элементов абсолютно доминируют отечественные фильмы. В этом списке мы находим всего лишь один фильм «Аватар» совместного производства Великобритании и США, который транслировался на «Первом канале» 2 января 2018 года в 21:22 (рейтинг 7,1%, доля аудитории 23,7%) и расположился на 10-м месте.

Вновь мы фиксируем, что наибольшую аудиторию собирают фильмы, вышедшие на ведущих каналах, — в списке высокорейтинговых присутствуют только ленты, шедшие на «России-1» и «Первом канале».

Снова мы наблюдаем несколько лент, которые дважды вошли в двадцатку наиболее рейтинговых. Среди них: «Последний богатырь», «Иван Васильевич меняет профессию» и «Бриллиантовая рука».

И опять из 20-ти наиболее рейтинговых кинофильмов 18 транслировались в праздничные дни — Новый год, День защитника Отечества, Международный женский день, День Победы. Не вошли в группу трансляций в праздники фильмы «Тренер» (15 июля 2018 года, «Россия-1») и «Несокрушимый» (18 января 2019 года, «Первый канал»).

Таблица 10 [Table 10]

**20 ЭФИРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ОПИСЫВАЮЩИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ,
КОТОРЫЕ СОБРАЛИ НАИБОЛЬШУЮ ТЕЛЕАУДИТОРИЮ В ВОЗРАСТЕ 21–59 ЛЕТ
В ТЕЧЕНИЕ АНАЛИЗИРУЕМОГО ПЕРИОДА**

**20 AIRED ITEMS DESCRIBING FEATURE FILMS WHICH ATTRACTED THE LARGEST
AUDIENCE AGED 21–59 DURING THE ANALYZED PERIOD**

№ No.	Название Name	страна-производитель country	год выпуска release year	Телеканал TV channel	Дата Date	Время начала Start time	Рейтинг, % rating, %	доля аудитории, % audience share, %
1	Последний богатырь [The Last Knight]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.18	20:30	12,3	35,9
2	Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 1 [The Irony of Fate, or Enjoy Your Bath! Part 1]	СССР [USSR]	1975	Первый канал [Channel One]	31.12.18	19:53	9,0	26,4
3	Джентльмены удачи. Фрагмент 2* [Gentlemen of Fortune. Fragment 2*]	СССР [USSR]	1971	Первый канал [Channel One]	31.12.18	17:38	8,9	28,8
4	Любовь и голуби [Love and Pigeons]	СССР [USSR]	1984	Первый канал [Channel One]	31.12.18	18:11	8,9	27,6
5	Ирония судьбы, или С легким паром! Часть 2 [The Irony of Fate, or Enjoy Your Bath! Part 2]	СССР [USSR]	1975	Первый канал [Channel One]	31.12.18	21:15	8,3	23,7
6	Тренер [Coach]	Россия [Russia]	2018	Россия-1 [Russia-1]	15.07.18	20:35	8,2	31,0
7	Джентльмены удачи. Фрагмент 1* [Gentlemen of Fortune. Fragment 1*]	СССР [USSR]	1971	Первый канал [Channel One]	31.12.18	16:35	8,2	28,2
8	Иван Васильевич меняет профессию [Ivan Vasilievich: Back to the Future]	СССР [USSR]	1973	Первый канал [Channel One]	31.12.17	21:17	8,0	21,7
9	Притяжение [Attraction]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.18	22:28	7,1	26,0

10	Аватар [Avatar]	Велико-британия, США [Great Britain, USA]	2009	Первый канал [Channel One]	02.01.18	21:22	7,1	23,7
11	Бриллиантовая рука [The Diamond Arm]	СССР [USSR]	1968	Первый канал [Channel One]	31.12.18	15:00	7,0	25,8
12	Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика [Kidnapping, Caucasian Style]	СССР [USSR]	1966	Первый канал [Channel One]	31.12.17	18:13	7,0	20,2
13	Движение вверх [Going Vertical]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	23.02.19	20:28	6,7	22,5
14	Иван Васильевич меняет профессию [Ivan Vasilievich: Back to the Future]	СССР [USSR]	1973	Россия-1 [Russia-1]	31.12.18	20:54	6,6	19,1
15	Последний богатырь [The Last Knight]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.19	20:32	6,4	20,2
16	Несокрушимый [Indestructible]	Россия [Russia]	2018	Первый канал [Channel One]	18.01.19	21:33	6,3	21,7
17	Операция «Ы» и другие приключения Шурика [Operation Y and Shurik's Other Adventures]	СССР [USSR]	1965	Первый канал [Channel One]	31.12.18	13:26	6,2	24,3
18	Лед [Ice]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	08.03.19	21:17	6,1	22,0
19	Иван Васильевич меняет профессию [Ivan Vasilievich: Back to the Future]	СССР [USSR]	1973	Первый канал [Channel One]	01.01.18	16:03	6,1	21,8
20	Бриллиантовая рука [The Diamond Arm]	СССР [USSR]	1968	Россия-1 [Russia-1]	31.12.17	20:01	6,0	16,6

***Примечание.** «Первый канал» разбил трансляцию фильма «Джентльмены удачи» 31.12.18. на два фрагмента, между которыми был новостной выпуск. Компания «Медиаскоп» записала данный факт как две эфирные единицы с разными аудиторными показателями.

***Note.** Channel One split the film Gentlemen of Fortune, which was broadcast on December 31, 2018, into two fragments with news edition in-between. "Mediascope" registered it as two broadcast items with different audience indicators.

Обратимся теперь к наиболее рейтинговым эфирным элементам, описывающим художественные фильмы, которые собрали наибольшую телеаудиторию в возрасте от 60 и старше в течение анализируемого периода. Они представлены в таблице 11.

Таблица 11 [Table 11]

**20 ЭФИРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ, ОПИСЫВАЮЩИХ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ,
КОТОРЫЕ СОБРАЛИ НАИБОЛЬШУЮ ТЕЛЕАУДИТОРИЮ В ВОЗРАСТЕ ОТ 60 ЛЕТ И СТАРШЕ
В ТЕЧЕНИЕ АНАЛИЗИРУЕМОГО ПЕРИОДА**

**[20 AIRED ITEMS DESCRIBING FEATURE FILMS WHICH ATTRACTED THE LARGEST
AUDIENCE AGED 60+ DURING THE ANALYZED PERIOD]**

№ No.	Название Name	страна-производитель country	год выпуска release year	Телеканал TV channel	Дата Date	Время начала Start time	Рейтинг, % rating, %	доля аудитории, % audience share, %
1	Последний богатырь [The Last Knight]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.01.18	20:30	14,3	25,8
2	Большой [Bolshoi]	Россия [Russia]	2016	Россия-1 [Russia-1]	09.03.18	20:36	14,2	30,2
3	Новый муж [New husband]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	10.03.18	21:05	12,9	29,8
4	Прости [Sorry]	Украина [Ukraine]	2016	Россия-1 [Russia-1]	18.03.18	19:02	12,4	21,6
5	Движение вверх [Going Vertical]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	23.02.19	20:28	12,2	23,7
6	Несокрушимый [Indestructible]	Россия [Russia]	2018	Первый канал [Channel One]	18.01.19	21:33	11,8	23,6
7	Лидия [Lidia]	Россия [Russia]	2018	Россия-1 [Russia-1]	07.04.18	21:02	11,7	22,8
8	В бой идут одни «старики» [Only "Old Men" Are Going Into Battle]	СССР [USSR]	1973	Первый канал [Channel One]	09.05.18	19:34	11,5	23,5
9	Качели [Swing]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	02.12.18	14:51	11,1	23,6

10	Мои дорогие [My dear ones]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	04.03.18	16:02	11,1	21,7
11	Отставник. Спасти врага [Resignee. Saving your enemy]	Россия [Russia]	2019	НТВ [NTV]	23.02.19	21:14	11,0	22,1
12	Любовь по найму [Love for hire]	Россия [Russia]	2018	Россия-1 [Russia-1]	26.01.19	20:49	11,0	24,2
13	Завтрак в постель [Breakfast in bed]	Россия [Russia]	2016	Россия-1 [Russia-1]	04.02.18	16:07	11,0	21,7
14	Родные пенаты [Hoe state]	Россия [Russia]	2018	Россия-1 [Russia-1]	24.03.18	21:02	11,0	25,2
15	Офицеры [Officers]	СССР [USSR]	1971	Первый канал [Channel One]	09.05.18	19:01	10,8	24,5
16	Москва слезам не верит [Moscow Does Not Believe in Tears]	СССР [USSR]	1979	Россия-1 [Russia-1]	08.03.18	20:35	10,8	22,3
17	Двойная ложь [Double lies]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	24.02.18	21:02	10,8	25,1
18	Акушерка [Midwife]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	01.04.18	13:57	10,7	24,4
19	Дочь за отца [Daughter for father]	Россия [Russia]	2015	Россия-1 [Russia-1]	20.01.18	14:04	10,7	24,4
20	Салют-7 [Salyut 7]	Россия [Russia]	2017	Россия-1 [Russia-1]	23.02.18	20:50	10,7	20,2

Данные компании «Медиаскоп».

Data presented by Mediascope.

Двадцатка кинотрансляций, собравших наибольшую аудиторию в возрасте от 60 лет и старше, существенно отличается от двадцатки наиболее рейтинговых эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, по всей выборке. Лишь 6 фильмов присутствуют в обоих списках. Среди них: «Большой», «В бой идут одни «старики», «Движение вверх», «Несокрушимый», «Последний богатырь» и «Салют-7». И, как ни странно, мы не находим многие трансляции «золотого фонда» — традиционный список любимых советских комедий, который был в общем списке.

Вновь в двадцатке наиболее рейтинговых эфирных элементов абсолютно доминируют отечественные фильмы. В этом списке мы

находим лишь один фильм «Прости», страна-производитель которого — Украина. Но интересен и еще один момент — среди двадцати наиболее рейтинговых кинотрансляций доминируют современные российские фильмы, произведенные с 2015 года по 2019 год. Таковых шестнадцать из двадцати, в то время как фильмов советского производства всего три: «В бой идут одни «старики», «Москва слезам не верит» и «Офицеры».

Сохраняется и уже не раз отмеченная тенденция, что наибольшую аудиторию собирают фильмы, выходявшие на ведущих каналах, — в списке высокорейтинговых здесь присутствуют только ленты, шедшие на «НТВ», «России-1» и «Первом канале».

В рассматриваемом списке мы не находим лент, которые бы дважды вошли в двадцатку наиболее рейтинговых.

Не подтверждается и другая тенденция, отмеченная выше. В списке наиболее рейтинговых кинотрансляций большинство фильмов выходили не в праздничные дни.

Сравним теперь списки высокорейтинговых программ в трех возрастных группах.

В двадцатках высокорейтинговых кинотрансляций в трех возрастных группах мы находим единственную общую ленту. Это фильм «Движение вверх» (Россия, 2017, режиссер А. Мегердичев), который вышел в эфир 23 февраля 2019 года в 20:28 на канале «Россия-1». Отсюда возникает предположение об отсутствии общих оснований выбора эфирных кинотрансляций всей аудиторией в возрасте от 18 лет и старше или, точнее, об отсутствии связи между величиной аудитории кинотрансляций в разных возрастных группах. Однако важно принять во внимание, что рассматриваемые наиболее рейтинговые эфирные элементы составляют очень малую часть от всей выборки записей в базе данных в заданных хронологических границах — 20 из 23548, т.е. менее 0,1%.

Чтобы проверить это предположение, был проведен корреляционный анализ на всем массиве эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, по шести выделенным множествам: по всей

выборке участников системы измерения, среди мужчин, среди женщин, а также в возрастных группах 18–20 лет, 21–59 лет и 60 лет и старше. Рассчитывался коэффициент Пирсона для всех пар переменных. Результаты корреляционного анализа представлены в таблице 12.

Таблица 12 [Table 12]

**КОЭФФИЦИЕНТЫ КОРРЕЛЯЦИИ ПИРСОНА МЕЖДУ ВЕЛИЧИНОЙ АУДИТОРИИ
В АНАЛИЗИРУЕМЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУППАХ**

PEARSON CORRELATION BETWEEN THE SIZES OF AUDIENCES IN THE ANALYZED SOCIAL GROUPS

	все [total]	мужской [male]	женский [female]	18–20 лет [18–20 years old]	21–59 лет [21–59 years old]	60 лет и старше [60+ years old]
все [total]	1	0,912	0,962	0,630	0,961	0,808
мужской [male]		1	0,766	0,671	0,957	0,573
женский [female]			1	0,542	0,871	0,887
18–20 лет [18–20 y.o.]				1	0,700	0,247
21–59 лет [21–59 y.o.]					1	0,620
60 лет и старше [60+ y.o.]						1

Анализ проведен на данных компании «Медиаскоп».

Analysis based on the data presented by Mediascope.

Принято считать связь сильной, если коэффициент корреляции Пирсона превышает 0,7. С этих позиций, наблюдается сильная связь между величиной аудитории кинотрансляций по всей выборке и величиной аудитории в мужской (0,912) и женской (0,962) аудитории, с аудиторий в возрасте 21–59 лет (0,961) и в возрасте от 60 лет и старше (0,808). Довольно велика связь между величиной аудитории кинотрансляций среди мужчин и женщин (0,766).

Сила связи интерпретируется как средняя по величине, если коэффициент Пирсона находится в пределах от 0,4 до 0,7. Из таблицы 12 следует, что средняя по силе связь наблюдается между общей величиной аудитории кинотрансляций и величиной аудитории в возрасте 18–20 лет (0,630). Если сравнивать силу связи между величиной аудитории кинотрансляций в трех возрастных группах, то средний уровень наблюдается между аудиторией в возрасте 21–59 лет и в возрасте от 60 лет и старше (0,620). Пограничная величина наблюдается между величиной аудитории в возрасте 18–20 лет и 21–59 лет (0,700).

Если коэффициент Пирсона меньше 0,4, то связь считается слабой. Такое значение зафиксировано между величиной аудитории кинотрансляций в возрасте 18–20 лет и в группе от 60 лет и старше. Таким образом, корреляционный анализ между величиной аудитории кинотрансляций приводит к выводу, что возрастные различия в величине аудитории проявляются сильнее, чем различия между мужчинами и женщинами.

И, наконец, обратим внимание на аудиторские показатели самых рейтинговых кинотрансляций в каждой из трех групп. Наибольшая величина рейтинга (14,3%) наблюдается в старшей возрастной группе от 60 лет и старше, наименьшая — в юношеской (7,5%). Это хорошо согласуется с широко распространенным суждением, что молодежь перестает смотреть телевизор. Однако часто это суждение принимает крайние формы, когда утверждается, что молодые люди вообще не смотрят телевизор. Измерения показывают, что смотрят, но заметно меньше, чем представители других возрастных групп. Заметим, что эта тенденция отнюдь не нова — данную тенденцию отмечали еще первые исследователи телевидения в СССР. Так, Б.М. Фирсов в своей книге «Телевидение глазами социолога» пишет: «поиски места в жизни, серьезная занятость учебной, сложный мир увлечений должны препятствовать длительному «сидению» молодых зрителей перед телевизионным экраном» [22, с. 139]. Другой известный исследователь С.А. Иосифян в книге «Телевидение и зритель», анализируя время телепросмотров в разных возрастных группах, констатирует: «самой

пассивной (т.е. менее всего проводящей время у телевизора — А.Ш.) группой является молодежь 18–24 лет, с увеличением возраста растет и телеактивность» [9, с. 28].

* * *

Подведем итоги. Итак, мы проследили, как технологическая модернизация сферы телевидения, смысл которой — переход на цифровое вещание, позволила заметно расширить возможности приема телеканалов в России. К концу 2019 года каждая семья должна иметь законодательно установленный бесплатный доступ к двадцати общероссийским телеканалам. Такая ситуация наблюдается впервые в истории отечественного телевидения.

Российские телеканалы транслируют значительное количество художественных фильмов. Анализ данных, производимых официальной уполномоченной организацией по исследованию объема зрительской аудитории телеканалов в России, за период с 31 декабря 2017 года по 10 марта 2019 года (435 дней) позволил выявить 23548 эфирных единиц, описывающих художественные фильмы, на 26 измеряемых телеканалах. Среднее число эфирных элементов, описывающих художественные фильмы, на одном канале в неделю составило 14,7, в сутки — 2,1, а это в свою очередь означает, что ежедневно каждый житель России имеет выбор из нескольких десятков художественных фильмов для просмотра на телевидении. В общей структуре вещания 19-ти общероссийских бесплатных общедоступных телеканалов художественные фильмы занимали 15,2% времени вещания.

В течение анализируемого периода обнаружено 5418 названий художественных фильмов, вышедших в эфир на 26 каналах. В среднем фильмы транслировались 4,3 раза.

Рассматриваемые телеканалы демонстрировали фильмы, которые создавались в течение почти ста лет — с 1921 года по 2019 год включительно. Выявлена следующая тенденция: чем ближе к современности год производства художественных фильмов, тем чаще такие фильмы появляются в эфире ведущих российских телеканалов за исключением фильмов, произведенных в 1990-е годы. Наиболее

часто транслируются фильмы, выпущенные с 2010 года по 2019 год.

Еще одна тенденция — трансляция только что снятых художественных фильмов на телеэкране. В течение 10 первых недель 2019 года обнаружено 11 трансляций лент, произведенных в 2019 году, которые вышли на телеканалах «Россия-1», «НТВ» и «ТВ Центр».

Анализ географии производства кинотрансляций позволил определить, что выходявшие в эфир художественные фильмы производились в 78 странах. Чаще других транслировались ленты, выпущенные в СССР (38,2% от условного числа трансляций с учетом коэффициента участия страны в производстве фильма), США (27,5%) и современной России (19,0%), что в сумме составляет 84,7%. Таким образом, в структуре кинотрансляций доминируют отечественные киноленты (57,2%). В десятке стран, продукция которых наиболее часто транслируется на ведущих российских телеканалах, также присутствуют Франция (3,0%), Великобритания (2,3%), ФРГ (1,5%), Украина (1,4%), Канада (1,2%), Италия (0,7%) и Австралия (0,6%). В списке стран-производителей зафиксированы 10 бывших республик СССР (в алфавитном порядке): Азербайджан, Армения, Белоруссия, Грузия, Казахстан, Латвия, Литва, Россия, Украина и Узбекистан, которые выходят почти на всех общероссийских бесплатных обязательных телеканалах.

В структуре телесмотра наибольшее условное время просмотра приходится на отечественные фильмы (50,2%), из которого ленты, произведенные в Российской Федерации, занимают 28,1%, а в СССР — 22,1%. Значительная часть времени приходится также на фильмы, произведенные в США (34,0%). На три географические единицы (СССР, Россия, США) совокупно приходится 84,2% всего времени телепросмотров.

Тройку кинотрансляций, собравших самую большую аудиторию в течение рассматриваемого периода, возглавила лента «Последний богатырь». На втором месте — «Любовь и голуби», на третьем — первая часть фильма «Ирония судьбы, или С легким паром!» В двадцатке наиболее высокорейтинговых присутствуют исключительно отечественные художественные фильмы.

Различие в предпочтениях мужчин и женщин существуют, но они не столь велики. Между ними обнаружена достаточно высокая корреляция (коэффициент Пирсона равен 0,766). При этом наблюдается эффект идентификации зрителя и персонажей фильма: для мужчин более привлекательными оказываются фильмы с яркими мужскими персонажами, для женщин — с выраженными женскими.

Зафиксированы различия аудиторных показателей самых рейтинговых кинотрансляций в трех возрастных группах. Наибольшая величина рейтинга (14,3%) наблюдается в старшей возрастной группе от 60 лет и старше, наименьшая — в возрасте 18–20 лет (7,5%). В связи с этим фиксируем два момента: во-первых, что молодежь смотрит телевизор (вопреки расхожим суждениям), во-вторых, она смотрит его несколько меньше, чем представители более старших возрастных групп.

Наибольшее различие в предпочтениях зафиксировано между юношеской группой 18–20 лет и группой зрителей в возрасте от 60 лет и старше (коэффициент корреляции Пирсона равен 0,247).

Все кинотрансляции с наибольшей аудиторией наблюдаются исключительно на каналах, входящих в первую семерку по количеству телезрителей. По всей измеряемой аудитории (возраст от 4 лет и старше в городах от 100 тысяч человек и более) таких телеканалов всего два — «Первый канал» и «Россия-1». В рассмотренных социально-демографических группах, кроме них, встречаются также телеканалы «НТВ» (мужчины, а также зрители в возрасте от 60 лет и старше) и «СТС» (возраст 18–20 лет).

В списке кинотрансляций с наибольшей аудиторией имеются ленты, которые дважды вошли в двадцатку наиболее рейтинговых. Среди них: «Последний богатырь», «Иван Васильевич меняет профессию» и «Бриллиантовая рука».

Из 20-ти наиболее рейтинговых кинофильмов по всей аудитории 18 транслировались в праздничные дни — Новый год, День защитника Отечества, Международный женский день, День Победы, что подтверждает вывод О.Е. Карповой о том, что телевидение является

неотъемлемой частью праздничных ритуалов [30]. Эта тенденция выражена в группах мужчин и женщин, а также в возрастных группах 18–20 и 21–59 лет. Она в значительной степени связана с тем, что в праздничные дни выше вероятность того, что фильмы будут смотреть семьей. Несколько выбивается из общей тенденции группа в возрасте от 60 лет и старше, что вполне объяснимо. Люди пенсионного возраста больше других проводят время у телеэкрана, оставаясь одни дома. Часто они живут отдельно от своих детей и внуков, что и снижает зависимость их просмотров от праздничных дней, поскольку они могут свободно смотреть телевизор в любые дни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Хотинев В. А. Внешнее сходство или кровное родство // Искусство кино. 1965. № 8. С. 84–86.
2. Межов Е. А существует ли телефильм? // Искусство кино. 1966. № 12. С. 35–39.
3. Хмара Г. И. Место телевидения в системе массовых коммуникаций. М., 1966. 51 с.
4. Фирсов Б. М. Ваше мнение о телевидении: предварительный отчет об исследовании аудитории Ленинградского телевидения. М., 1969. 214 с.
5. Вильчек В. М., Воронцов Ю. В. Телевидение и художественная культура. М.: Знание, 1977. 63 с.
6. Киноиндустрия России, 2001–2006 / сост. Д. Б. Дондурей, Н. Я. Венжер. М.: Некоммерческий фонд содействия отечественному кинематографу «Кинотавр», 2006. 127 с.
7. Социология и кинематограф / под общ. ред. М. И. Жабского. М.: Канон+, 2012. 599 с.
8. Жабский М. И. Социодинамика кинематографической жизни общества. М.: Канон+, 2014. 495 с.
9. Иосифян С. А. Телевидение и зритель: учеб. пособие. М., ВГИК, 1975. 100 с.
10. Копылова Р. Д. Кинематограф плюс телевидение: факты и суждения. М.: Искусство, 1977. 135 с.
11. Михалкович В. И. Изобразительный язык средств массовой коммуникации / отв. ред. А. С. Вартанов; АН СССР, ВНИИ искусствознания М-ва культуры СССР. М.: Наука, 1986. 223 с.

12. Михалкович В. И. Кино и телевидение, или О несходстве сходного // Киноведческие записки. 1995. № 26. С. 43–66; 1996. № 30. С. 92–116.
13. Михалкович В. И. О сущности телевидения. М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 1998. 27 с.
14. Муратов С. А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. 2-е изд. М.: Изд-во Московского ун-та, 2009. 277 с.
15. Огнев К. К. Кинематограф на телеэкране и программная политика ведущих каналов // Массмедиа в мультимедийной среде: основные проблемы и зоны риска / науч. сб. под ред. С. Л. Уразовой. М.: Академия медиаиндустрии, 2014. С. 93–106.
16. Полуэхтова И. А. Социокультурная динамика российской аудитории телевидения. М.: Видео Интернешнл, 2010. 303 с.
17. Разлогов К. Э. Искусство экрана: проблемы выразительности. М.: Искусство, 1982. 158 с.
18. Разлогов К. Э. Пришествие телевидения // Искусство кино. 1997. № 2. URL: <https://old.kinoart.ru/archive/1997/02/n2-article17> (дата обращения: 15.12.2019).
19. Разлогов К. Э. Искусство экрана: от синематографа до Интернета. М.: РОССПЭН, 2010. 287 с.
20. Тарасов К. А. «Агрессивная кинодиета» ТВ и студенчество // Высшее образование в России. 2002. № 3. С. 90–96.
21. Тарасов К. А. Насилие в зеркале аудиовизуальной культуры. М.: Белый Берег, 2005. 380 с.
22. Фирсов Б. М. Телевидение глазами социолога. М.: Искусство, 1971. 191 с.
23. Художественная культура и развитие личности. Проблемы долгосрочного планирования / под ред. Ю. У. Фохт-Бабушкина. М.: Наука, 1987. 224 с.
24. Фохт-Бабушкин Ю. У. Искусство в жизни молодых поколений России. Достигнутые эффекты, упущенные возможности и сохраняющиеся надежды. Санкт-Петербург: Алетейя, 2005. 319 с.
25. Мясникова М. А. Кино как часть телевидения: к проблеме профессионального медиаобразования // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2015. № 1(135). С. 17–23.
26. Штейн С. Ю. Онтология кино и онтология телевидения // Вестник РГГУ. Сер.: Философия. Социология. Искусствоведение. 2016. № 4(6). С. 135–146.

27. Филиппов С. А. В чем разница между телевидением и кино? // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2016. № 6. С.87–108.

28. Сидоркина И. С. «Кинофикация» телевидения: организационно-технологические принципы // XLVII Огарёвские чтения: материалы научной конференции: в 3 частях / сост. А. В. Столяров; отв. ред. П. В. Сенин. Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, 2019. Ч. 3. С. 245–251.

29. Дорфман М. М. Особенности разделения кино- и телезрителей по принципу целевых аудиторий // Актуальные вопросы развития индустрии кино и телевидения в современной России: сб. науч. трудов, посвященный Году российского кино: в 2 частях / отв. ред. А. Д. Евменов. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения, 2016. Ч. 2. С. 10–16.

30. Карпова О. Е. Практики телевизионного просмотра в культуре повседневности россиян // Молодежный вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. № 1(9). С. 18–21.

URL: http://www.spbgik.ru/upload/file/publishing/mol_vest/mol_vestnik_1_9_18_2.pdf (дата обращения: 15.12.2019).

31. Орехова Н. А. Кино, телевидение и анимация для детей и подростков на постсоветском пространстве // Век информации. 2019. Т. 3. № 1(6). С. 63–70.

32. Шариков А. В. Кинопросмотры россиян на телеканалах: социологический анализ // Вестник ВГИК. 2018. № 3(37). С. 128–143.

33. Федеральная целевая программа «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» // Сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации.

URL: https://digital.gov.ru/common/upload/FTSP_teleradio_985.pdf (дата обращения: 15.12.2019).

34. Постановление Правительства РФ от 3 декабря 2009 г. N 985 «О федеральной целевой программе «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы» (с изменениями и дополнениями) // Гарант: сайт.

URL: <https://base.garant.ru/6731125/> (дата обращения: 15.12.2019).

35. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 06.06.2019) «О средствах массовой информации». Статья 32.1. Обязательные общедоступные телеканалы и (или) радиоканалы // КонсультантПлюс: сайт.

URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/614433b6f9fa9b0f0f1e7185125b7f587dcbе175/ (дата обращения: 15.12.2019).

36. Указ Президента РФ от 24 июня 2009 г. N 715 «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах» (с изменениями и дополнениями) // Garant.ru: сайт.

URL: <https://base.garant.ru/195788/> (дата обращения: 15.12.2019).

37. Минкомсвязь России публикует новый перечень бесплатных общедоступных телеканалов // Сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации.

URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/33891/> (дата обращения: 15.12.2019).

38. Климас Р. Региональные вещатели 21-й кнопки: уравнение со многими неизвестными // Кабельщик. 2018. 28 ноября.

URL: <https://www.cableman.ru/article/regionalnye-veshchateli-21-i-knopki-uravnenie-so-mnogimi-izvestnymi> (дата обращения: 15.12.2019).

39. Российский статистический ежегодник: статистический сборник. 2010 / ред. А. Е. Суринов. М.: Росстат, 2010. 813 с.

40. Важнейшие целевые индикаторы и показатели ФЦП // Официальный сайт ФГУП «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» (РТРС).

URL: <http://moscow.rtrs.ru/prof/docs/tv-docs/> (дата обращения: 15.12.2019).

41. Телевидение в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад / под общ. ред. Е. Л. Вартановой, В. П. Коломийца. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2018. 90 с.

42. Российский статистический ежегодник: статистический сборник. 2018. М.: Росстат, 2018. 694 с.

43. Телевидение в России в 2016 году. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад / под общ. ред. Е. Л. Вартановой, В. П. Коломийца. М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2017. 90 с.

44. Список телеканалов // Официальный сайт «Триколор ТВ».

URL: <https://www.tricolor.tv/channels/> (дата обращения: 15.12.2019).

45. Пакет ТВ «Кино» // Официальный сайт «Билайн ТВ».

URL: https://moscow-beeline.ru/tv_pakety_beeline (дата обращения: 15.12.2019).

46. Ермолаева О. Я., Палванова А. К. О становлении системы контроля за измерениями телевизионной аудитории в России // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2017. Т. 2. № 3. С. 120–137.

47. Федеральный закон от 3 июля 2016 г. N 281-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» и статьи 5 и 38 Федерального закона «О рекламе» // Российская газета. 2016. 6 июля.

URL: <https://rg.ru/2016/07/06/reklama-dok.html> (дата обращения: 15.12.2019).

48. Приказ N 321 от 22.12.2016 «О наделении организации полномочиями на проведение исследований объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач)» // Сайт Роскомнадзора. 2016. 23 декабря.

URL: <https://rkn.gov.ru/tender/p856/p857/news42203.htm> (дата обращения: 15.12.2019).

49. TVIndexplus. Описание исследования // Официальный сайт АО «Медиаскоп».

URL: <https://mediascope.net/services/media/media-audience/tv/thematic/description/> (дата обращения: 01.08.2019).

50. Ачкасова К. Телевизионные измерения 2018–2019 // Официальный сайт АО «Медиаскоп».

URL: <https://mediascope.net/library/presentations/> (дата обращения: 01.08.2019).

51. Телевидение. TVIndex // Официальный сайт АО «Медиаскоп».

URL: <https://mediascope.net/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/description/> (дата обращения: 01.08.2019).

52. Шариков А. В. Ритмы городской телеаудитории России. М.: ВГТРК, 1997. 79 с.

53. Шариков А. В. Темпоральные закономерности городской телевизионной аудитории России (опыт мониторинговых исследований) // Мир России. 1997. № 1. С. 79–106.

54. Кон И.С. Психология старшеклассника Москва: Просвещение, 1982. 192 с.

55. Кон И. С. Открытие «Я». М.: Политиздат, 1978. 367 с.

56. Эриксон Э. Г. Идентичность: юность и кризис: учеб. пособие / общ. ред. А. В. Толстых. 2-е изд. М.: Флинта, 2006. 342 с.

REFERENCES

1. Khotinov V. A. Vneshnee skhodstvo ili krovnoe rodstvo [Outward resemblance or consanguinity]. *Iskusstvo kino* [The art of cinema]. 1965. No. 8, pp. 84–86.

2. Mezhev E. A sushchestvuet li telefil'm? [Is there a television movie?]. *Iskusstvo kino* [The art of cinema]. 1966. No. 12, pp. 35–39.
3. Khmara G. I. *Mesto televideniya v sisteme massovykh kommunikatsiy* [The place of television in the system of mass communications]. Moscow, 1966. 51 p.
4. Firsov B. M. *Vashe mnenie o televidenii: predvaritel'nyy otchet ob issledovanii auditorii Leningradskogo televideniya* [Your opinion on television: preliminary report on the study of the audience of the Leningrad television]. Moscow, 1969. 214 p.
5. Vil'chek V. M., Vorontsov Yu. V. *Televidenie i khudozhestvennaya kul'tura* [Television and art culture]. Moscow: Znanie Publ., 1977. 63 p.
6. *Kinoindustriya Rossii, 2001–2006* [Film industry of Russia, 2001–2006]. Ed. by D. B. Dondurey, N. Ya. Venzher. Moscow: Nekommercheskiy fond sodeystviya otechestvennomu kinematografu "Kinotavr" Publ., 2006. 127 p.
7. *Sotsiologiya i kinematograf* [Sociology and cinema]. Ed. by M. I. Zhabskiy. Moscow: Kanon+ Publ., 2012. 599 p.
8. Zhabskiy M. I. *Sotsiodinamika kinematograficheskoy zhizni obshchestva* [Sociodynamics of the cinematic life of society]. Moscow: Kanon+ Publ., 2014. 495 p.
9. Iosifyan S. A. *Televidenie i zritel'* [Television and the viewer]. Moscow: Vserossiyskiy gosudarstvennyy institut kinematografii (VGIK) Publ., 1975. 100 p.
10. Kopylova R. D. *Kinematograf plus televidenie: fakty i suzhdeniya* [Cinema plus television: facts and judgments]. Moscow: Iskusstvo Publ., 1977. 135 p.
11. Mihalkovich V. I. *Izobrazitel'nyy yazyk sredstv massovoy kommunikatsii* [The visual language of the media]. Ed. by A. S. Vartanov. Moscow: Nauka Publ., 1986. 223 p.
12. Mihalkovich V. I. Kino i televidenie, ili O neskhodstve skhodnogo [Cinema and television, or On the dissimilarity of a similar]. *Kinovedcheskie zapiski* [Cinema notes]. 1995, No. 26, pp. 43–66. 1996, No. 30, pp. 92–116.
13. Mihalkovich V. I. *O sushchnosti televideniya* [On the essence of television]. Moscow: Institut povysheniya kvalifikatsii rabotnikov televideniya i radioveshchaniya Publ., 1998.
14. Muratov S. A. *Televidenie v poiskakh televideniya. Khronika avtorskiikh nablyudeniy* [Television in search of television. Chronicles of authorial observations]. 2nd ed. Moscow: Moscow State University Publ., 2009. 277 p.
15. Ognev K. K. Kinematograf na teleekrane i programmnaya politika vedushchikh kanalov [Cinema on TV and the program policy of the leading channels]. *Massmedia v mul'timediynoy srede: osnovnye problemy i zony riska*

[Mass media in a multimedia environment: main problems and risk areas]. Ed. by S. L. Urazova. Moscow: Akademiya mediaindustrii Publ., 1977. 63 p.

16. Poluekhtova I. A. *Sotsiokul'turnaya dinamika rossiyskoy auditorii televideniya* [Sociocultural dynamics of the Russian television audience]. Moscow: Video International Publ., 2010. 303 p.

17. Razlogov K. E. *Iskusstvo ekrana: problemy vyrazitel'nosti* [Screen Art: Expression Issues]. Moscow: Iskusstvo Publ., 1962. 158 p.

18. Razlogov K. E. Prishestvie televideniya [The advent of television]. *Iskusstvo kino* [The art of cinema]. 1997. No. 2.

URL: <https://old.kinoart.ru/archive/1997/02/n2-article17> (accessed 15.12.2019).

19. Razlogov K. E. *Iskusstvo ekrana: ot sinematografa do Interneta* [Screen Art: From Cinematography to the Internet]. Moscow: ROSSPEN Publ., 2010. 287p.

20. Tarasov K. A. "Agressivnaya kinodieta" TV i studenchestvo ["Aggressive cinema diet" TV and students]. *Vyshee obrazovanie v Rossii* [Higher education in Russia]. 2002. No. 3, pp. 90–96.

21. Tarasov K. A. *Nasilie v zerkale audiovizual'noy kul'tury* [Violence in the mirror of audiovisual culture]. Moscow: Belyy Bereg Publ., 2005. 380p.

22. Firsov B. M. *Televidenie glazami sotsiologa* [Television through the eyes of a sociologist]. Moscow: Iskusstvo Publ., 1971. 191 p.

23. *Khudozhestvennaya kul'tura i razvitie lichnosti. Problemy dolgosrochnogo planirovaniya* [Artistic culture and personal development. Long-Term Planning Issues]. Ed. by Yu. U. Fokht-Babushkin. Moscow: Nauka Publ., 1987. 224 p.

24. Fokht-Babushkin Yu. U. *Iskusstvo v zhizni molodykh pokoleniy Rossii. Dostignutye efekty, upushchennye vozmozhnosti i sokhranyayushchiesya nadezhdy* [Art in the life of the young generations of Russia. Effects achieved, opportunities lost, and persistent hopes]. St. Petersburg: Aletheia Publ., 2005. 319 p.

25. Myasnikova M. A. Kino kak chast' televideniya: k probleme professional'nogo mediaobrazovaniya [Cinema as part of television: on the problem of professional media education]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Ser. 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury* [News of the Ural Federal University. Ser. 1. Problems of education, science and culture]. 2015. No. 1(135), pp. 17–23.

26. Shteyn S. Yu. Ontologiya kino i ontologiya televideniya [Ontology of cinema and ontology of television]. Vestnik RGGU. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Iskusstvedenie [Bulletin of the Russian State Humanitarian University. Series: Philosophy. Sociology. Art history]. 2016. No. 4(6), pp. 135–146.

27. Filippov S. A. V chem raznitsa mezhdu televideniem i kino? [What is the difference between television and cinema?]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10. Zhurnalistika* [Bulletin of the Moscow University. Ser. 10. Journalism]. 2016. No. 6, pp. 87–108.

28. Sidorkina I. S. “Kinofikatsiya” televideniya: organizatsionno-tekhnologicheskie printsipy [“Cinemafication” of television: organizational and technological principles]. *“XLVII Ogarevskie chteniya”: Materialy nauchnoy konferentsii* [Materials of the XLVII scientific conference “Ogarevskie chteniya”]. Ed. by A. V. Stolyarov, P. V. Senin. Saransk: Ogarev Mordovia State University Publ., 2019. Part 3, pp. 245–251.

29. Dorfman M. M. Osobennosti razdeleniya kino- i telezriteley po printsipu tselevykh auditoriy [Features of the separation between film and television viewers based on the principle of target audiences]. *Aktual'nye voprosy razvitiya industrii kino i televideniya v sovremennoy Rossii* [Actual issues of the development of the film and television industry in modern Russia]. Ed. by A. D. Evmenov. St. Petersburg: St. Petersburg State Institute of Film and Television Publ., 2016. Part 2, pp. 10–16.

30. Karpova O. E. Praktiki televizionnogo prosmotra v kul'ture povsednevnosti rossiyan [TV viewing practices in the culture of everyday life of Russians]. *Molodezhnyy vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury* [Youth Bulletin of the St. Petersburg State Institute of Culture]. 2018. No. 1(9), pp. 18–21.

URL: http://www.spbgik.ru/upload/file/publishing/mol_vest/mol_vestnik_1_9_18_2.pdf (accessed 15.12.2019).

31. Orekhova N. A. Kino, televidenie i animatsiya dlya detey i podrostkov na postsovetском prostranstve [Cinema, television and animation for children and youngsters in the post-Soviet space]. *Vek informatsii* [Information Age]. 2019. Vol. 3, No. 1(6), pp. 63–70.

32. Sharikov A. V. Kinoprosmotry rossiyan na telekanalakh: sotsiologicheskiy analiz [Films viewed by the Russians on TV channels: a sociological analysis]. *Vestnik VGIK* [VGIK Bulletin]. 2018. No. 3(37), pp. 128–143.

33. Federal'naya tselevaya programma “Razvitie teleradioveshchaniya v Rossiyskoy Federatsii na 2009–2015 gody” [Federal Target Program “Development of TV and radio broadcasting in the Russian Federation in 2009–2015”]. Website of the Ministry of Digital Development, Telecommunications and Mass Communications of the Russian Federation.

URL: https://digital.gov.ru/common/upload/FTSP_teleradio_985.pdf (accessed 15.12.2019).

34. *Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 3 dekabrya 2009 g. N 985 «O federal'noy tselevooy programme «Razvitie teleradioveshchaniya v Rossiyskoy Federatsii na 2009–2015 gody» (s izmeneniyami i dopolneniyami)* [Resolution of December 3, 2009 N 985 of the Government of the Russian Federation “On the Federal Target Program “Development of TV and radio broadcasting in the Russian Federation in 2009–2015” (as amended)].

URL: <https://base.garant.ru/6731125/> (accessed 15.12.2019).

35. *Zakon RF ot 27.12.1991 N 2124-1 (red. ot 06.06.2019) «O sredstvakh massovoy informatsii». Stat'ya 32.1. Obyazatel'nye obshchedostupnye telekanaly i (ili) radiokanaly* [Law of the Russian Federation of 12.27.1991 N 2124-1 (as amended on 06.06.2019) “On Mass Media”. Article 32.1. Mandatory public television channels and (or) radio channels].

URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/614433b6f9fa9b0f0f1e7185125b7f587dcb175/ (accessed 15.12.2019).

36. *Ukaz Prezidenta RF ot 24 iyunya 2009 g. N 715 «Ob obshcherossiyskikh obyazatel'nykh obshchedostupnykh telekanalakh i radiokanalakh» (s izmeneniyami i dopolneniyami)* [Decree of the President of the Russian Federation of June 24, 2009 N 715 “On All-Russian Compulsory Publicly Available TV and Radio Channels” (as amended)].

URL: <https://base.garant.ru/195788/> (accessed 15.12.2019).

37. Minkomsvyaz' Rossii publikuet novyy perechen' besplatnykh obshchedostupnykh telekanalov [The Ministry of Communications of Russia publishes a new list of free publicly accessible television channels]. Web-site of the Ministry of Digital Development, Telecommunications and Mass Media of the Russian Federation.

URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/33891/> (accessed 15.12.2019).

38. Klimas R. Regional'nye veshchateli 21-y knopki: uravnenie so mnogimi neizvestnyimi [Regional broadcasters of the 21st button: an equation with many unknown values]. *Kabel'shchik* [Cableman]. 2018. November 28.

URL: <https://www.cableman.ru/article/regionalnye-veshchateli-21-i-knopki-uravnenie-so-mnogimi-izvestnyimi> (accessed 15.12.2019).

39. *Rossiyskiy statisticheskiy ezhegodnik: statisticheskiy sbornik. 2010* [Russian Statistical Yearbook: Statistical Compilation. 2010]. Ed. by A. E. Surinov. Moscow: Rosstat Publ., 2010. 813 p.

40. Vazhneyshie tselevye indikatory i pokazateli FTSP [The most important target indicators and FTP indicators]. Official web-site of the Federal State Unitary Enterprise “Russian Television and Radio Broadcasting Network” (RTRS).

URL: <http://moscow.rtrs.ru/prof/docs/tv-docs/> (accessed 15.12.2019).

41. *Televidenie v Rossii v 2017 godu. Sostoyanie, tendentsii i perspektivy razvitiya: otraslevoj doklad* [Television in Russia in 2017. Status, trends and development prospects: industry report]. Ed. by E. L. Vartanova, V. P. Kolomiets. Moscow: Federal Agency on Press and Mass Communications of the Russian Federation Publ., 2018. 90 p.

42. *Rossiyskiy statisticheskiy ezhegodnik: statisticheskiy sbornik. 2018* [Russian Statistical Yearbook: Statistical Compilation. 2018]. Moscow: Rosstat Publ., 2018. 694 p.

43. *Televidenie v Rossii v 2016 godu. Sostoyanie, tendentsii i perspektivy razvitiya: otraslevoj doklad* [Television in Russia in 2016. Status, trends and development prospects: industry report]. Ed. by E. L. Vartanova, V. P. Kolomiets. Moscow: Federal Agency on Press and Mass Communications of the Russian Federation Publ., 2018. 90 p.

44. Spisok telekanalov [List of TV channels]. Official web-site of Tricolor TV. URL: <https://www.tricolor.tv/channels/> (accessed 15.12.2019).

45. Paket TV "Kino" [TV Package "Cinema"]. Official web-site of Beeline TV. URL: https://moscow-beeline.ru/tv_pakety_beeline (accessed 15.12.2019).

46. Ermolaeva O. Ya., Palvanova A. K. O stanovlenii sistemy kontrolya za izmereniyami televizionnoy auditorii v Rossii [On the establishment of a control system for measuring television audience in Russia]. *Kommunikatsii. Media. Dizayn* [Communications. Media. Design]. 2017. Vol. 2, No. 3, pp. 120–137.

47. Federal'nyy zakon ot 3 iyulya 2016 g. N 281-FZ "O vnesenii izmeneniy v Zakon Rossiyskoy Federatsii "O sredstvakh massovoy informatsii" i stat'i 5 i 38 Federal'nogo zakona "O reklame" [Federal Law of July 3, 2016 N 281-FZ "On Amending the Russian Law "On Mass Media" and Articles 5 and 38 of the Federal Law "On Advertising"]. *Rossiyskaya gazeta* [The Russian Newspaper]. 2016, 6 Jul. URL: <https://rg.ru/2016/07/06/reklama-dok.html> (accessed 15.12.2019).

48. *Prikaz N 321 ot 22.12.2016 "O nadelenii organizatsii polnomochiyami na provedenie issledovaniy ob»ema zritel'skoy auditorii telekanalov (teleprogramm, teleperedach)"* [Order N 321 of 12.22.2016 "On authorizing the organization to study the scope of the audience of television channels (television programs, television shows)"]. Official web-site of the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media (Roskomnadzor).

URL: <https://rkn.gov.ru/tender/p856/p857/news42203.htm> (accessed 15.12.2019).

49. TVIndexplus. Opisaniye issledovaniya [TVIndexplus. Description of the study]. Official web-site of the Mediascope JSC.

URL: <https://mediascope.net/services/media/media-audience/tv/thematic/description/> (accessed 01.08.2019).

50. Achkasova K. *Televizionnye izmereniya 2018–2019* [Television measurements 2018–2019]. Official web-site of the Mediascope JSC.

URL: <https://mediascope.net/library/presentations/> (accessed 01.08.2019).

51. Televidenie. TVIndex [Television. TVIndex]. Official web-site of the Mediascope JSC.

URL: <https://mediascope.net/services/media/media-audience/tv/national-and-regional/description/> (accessed 01.08.2019).

52. Sharikov A. V. *Ritmy gorodskoy teleauditorii Rossii* [Rhythms of the urban television audience of Russia]. Moscow: the All-Russia State Television and Radio Broadcasting Company (VGTRK) Publ., 1997. 79 p.

53. Sharikov A. V. Temporal'nye zakonomernosti gorodskoy televizionnoy auditorii Rossii (opyt monitoringovykh issledovaniy) [Temporal patterns of the urban television audience in Russia (monitoring studies experience)]. *Mir Rossii* [World of Russia]. 1997. No. 1, pp. 79–106.

54. Kon I. S. *Psikhologiya starsheklassnika* [Psychology of a High School Student]. Moscow: Prosveshchenie Publ., 1982. 192 p.

55. Kon I. S. *Otkrytie "Ya"* [Discovering "I"]. Moscow: Politizdat Publ., 1978. 367 p.

56. Erikson E. G. *Identichnost': yunost' i krizis* [Identity: youth and crisis]. 2nd ed. Ed. by A. V. Tolstykh. Moscow: Flinta Publ., 2006. 342 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

АЛЕКСАНДР ВЯЧЕСЛАВОВИЧ ШАРИКОВ

кандидат педагогических наук,

профессор департамента медиа,

Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики»,

109028, Москва, Хитровский пер., д. 2/8, корп. 5

ORCID: 0000-0001-6035-5960

e-mail: asharikov@hse.ru

ABOUT THE AUTHOR

ALEXANDER V. SHARIKOV

PhD in Pedagogic, Professor,
School of Media,

National Research University Higher School of Economics,
korpus 5 (P), 2–8, Khitrovsky pereulok, Moscow, 109028

ORCID: 0000-0001-6035-5960

e-mail: asharikov@hse.ru

МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

THE MEDIA EDUCATION

УДК 654.1 + 78.07
ББК 85.38 + 85.31 + 76.032

DOI: 10.30628/1994-9529-2020-16.1-164-186
received 02.03.2020, accepted 27.03.2020

ТАТЬЯНА АНАТОЛЬЕВНА ЦВЕТКОВСКАЯ

Радиостанция «Орфей»

Москва, Россия

ORCID: 0000-0001-8395-9820

e-mail: tskoblik@mail.ru

ЖАНР КОНЦЕРТА-БЕСЕДЫ В ИСТОРИИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ

***Аннотация.** В статье рассматривается жанр телевизионного концерта-беседы, посвященного музыкальной классике. Современные исследователи обходят эту тему стороной. Их интерес сосредоточен на жанрах, которые фактически игнорируют интеллектуальный потенциал музыкального искусства, оказывающийся лишним в контексте развлекательной функции телевидения. В отличие от сценического прототипа, телевизионный концерт-беседа имеет ряд характерных признаков, которые позволяют четко определить жанровую принадлежность программ разного формата, хронометража, тематики. Главная особенность — синтез музыки и слова, который достигается благодаря тому, что ведущим концерта-беседы выступает музыкант-исполнитель, а не журналист или лектор-музыковед. Далек не каждый артист свободно чувствует себя перед телекамерой и способен увлечь рассказом массового зрителя. Именно поэтому история жанра концерта-беседы насчитывает не так много примеров. Однако все они имеют историческую и художественную*

ценность, являясь своеобразными творческими автопортретами выдающихся мастеров. Навыки подготовки концерта-беседы необходимы и молодым музыкантам. Знакомство с опытом прославленных коллег поможет активнее включиться в поиск новых форм работы с широкой аудиторией. В этом контексте изучение жанра телевизионного концерта-беседы интересно не только в теоретическом плане, но и с практической точки зрения. Большинство концертов-бесед имеют ярко выраженную просветительскую направленность, а некоторые, как в случае с циклом американского дирижера М. Тилсона Томаса, являются частью образовательных мега-проектов. Их успех свидетельствует о том, что расширение границ всеобщего музыкального образования, в том числе, с использованием средств телевидения, является сегодня общественной необходимостью.

Ключевые слова: классическая музыка, телевидение, радио, концерт-беседа, Бернстайн, Баренбойм, Тилсон Томас, Марсалис

TATIANA A. TSVETKOVSKAYA

Orpheus Radio

Moscow, Russia

e-mail: tskoblik@mail.ru

GENRE OF A CONCERT-CONVERSATION IN THE HISTORY OF TELEVISION

Abstract. *The article covers the genre of a TV concert-conversation dedicated to the classical music. Modern researches bypass this topic. Their interest is focused on the genres that actually ignore the intellectual potential of music art, which turns out to be needless in the context of the entertainment function of television. Unlike*

its stage prototype, the TV concert-conversation has a number of characteristic features, which allow us to define the genre of various programs having different formats, timing, and themes. The key aspect is the synthesis of music and words, which is achieved due to the fact that the concert-conversation is hosted by a musician, not a journalist or a musicologist. Not every artist feels free in front of a camera and is capable of captivating the audience by a story. This is why the history of the concert-conversation genre has not so many examples. However, all of them have historical and artistic value. They are a kind of artistic self-portraits of outstanding masters. The skills of preparing a concert-conversation are important for young musicians too. Acquaintance with the experience of famous colleagues helps join the search for new formats of addressing a big audience. In this context, analyzing the TV concert-conversation genre is interesting not only in theoretical terms, but also practically. Most of the concert-conversations have a pronounced educational orientation, and some of them, like the cycle of the American conductor M. Tilson Thomas, are a part of educational projects. Their success shows that expanding the boundaries of universal music education, including with the help of television, is a social necessity.

Keywords: *classical music, television, radio, concert-conversation, Bernstein, Barenboim, Tilson Thomas, Marsalis*

Незатейливое название — концерт-беседа — словно отзвук минувших дней. Его еще можно встретить на филармонических афишах, но вряд ли в телепрограмме. Однако это не означает исчезновения самого явления. Скрываясь за громкими заголовками, новые работы в жанре концерта-беседы пополняют список хрестоматийных примеров.

В широком смысле слова, концерт-беседа — это любая концертная программа, дополненная комментариями эксперта. Однако телевизионный концерт-беседа обладает определенной спецификой и конкретными характеристиками. Это телепрограмма с четко

обозначенной темой, главным героем которой выступает известный музыкант (как правило, пианист или дирижер). Он не просто совмещает функции музыканта-исполнителя (иллюстратора) и рассказчика (комментатора), но создает новое смысловое поле, где музыка и слово равноценны и равнозначны. Именно возможность взглянуть на сочинение сквозь призму исполнительского опыта составляет главную ценность концерта-беседы.

Телевидение позволяет подчеркнуть внешние моменты, имеющие исключительную важность для создания целостной картины. Выбор приемов (исполнение произведений целиком или фрагментарно, сопоставление, повторение) зависит не только от формата и хронометража программы, но в большей степени от индивидуальности автора. Далек не каждый, даже очень известный артист, может претендовать на роль ведущего телевизионного концерта-беседы. Для этого необходимы такие качества, как обаяние, музыкальная и общая эрудиция, оригинальность мышления. Помимо врожденного дара, существуют навыки, работа над которыми должна быть выстроена системно. Выступление с комментариями на радио или телевидении не входит в круг профессиональных обязанностей дирижера или солиста, однако практика доказывает, что навыки владения техникой подготовки и ведения концерта-беседы им необходимы. Нужно уметь удерживать внимание слушателя, быть убедительным в своих высказываниях и свободно переходить с разговора на исполнение. В этом контексте изучение жанра телевизионного концерта-беседы интересно не только в теоретическом плане, но и с практической точки зрения.

Но не выдаем ли мы желаемое за действительное? Готов ли современный зритель погружаться в скрытые глубины музыкального содержания или сегодня не лучшее время для серьезных разговоров о музыкальной классике, тем более, на телевидении?

Американский композитор, музыковед, автор многочисленных культурологических исследований Лоуренс Крамер с грустью говорит о том, что академическое музыкальное искусство давным-давно по-

кинуло телевизионные сети, которые когда-то содержали свои собственные симфонические оркестры и транслировали в прайм-тайм не что иное, как «Концерты для молодежи» Леонарда Бернстайна [1, р. 1]. Однако Мачей Бялас из Университета Марии Кюри-Складовской в Люблине ставит это утверждение под сомнение. Во-первых, классическая музыка не исчезла полностью с голубых экранов, но приобрела новые прикладные функции [2, s. 155]. Правда, в качестве «дополнения» к навязываемым СМИ форматам она изменилась до неузнаваемости, поскольку использование классики для производства саундтреков и рекламы входит в конфронтацию со смыслом музыкального материала [3, с. 43]. Тем не менее А. Федорова не считает подобную «девальвацию» смертельно опасной и трактует ее «как особую форму синтеза двух сфер: классического искусства и процесса коммуникации».

Американский же критик К. Дромей, напротив, уверен в том, что телевидение и радио продолжают оставаться рупорами музыкального искусства, хотя сами методы продвижения классики в эфире выглядят весьма противоречиво [4, р. 231]. По словам композитора и музыковеда, преподавателя Оксфордского университета Дж. Джонсона, сегодня большинство людей знакомится с классическим репертуаром с помощью кино и телевидения. Однако вряд ли это способствует лучшему пониманию музыкальной классики [5, р. 81]. Поэтому возникает логичный вопрос: может ли «эстетически сомнительная среда» телевидения, которая благодаря своим техническим возможностям «ассоциируется с отлученной от поклонения и веры массовой культурой», служить высоким идеалам [2, s. 157]?

В создавшейся ситуации многие исследователи идут на компромисс, осознанно ограничиваясь изучением определенных тележанров — тех, что ближе к развлекательному формату. Помимо рекламных роликов, озвученных классическими музыкальными темами, — это музыкальные клипы, ток-шоу и мультфильмы. В последнее время список пополнился реалити-шоу (в финальной программе такого шоу «Маэстро», снятого BBC Classic music, принял участие скри-

пач и дирижер М. Венгеров) и телесериалами («Моцарт в джунглях», «Вирус Бетховена», «Нэиль Кантабиле»). Е. Мойсильович считает, что появление американского сериала «Моцарт в джунглях» открыло новые возможности для теоретизации использования классической музыки в создании повествовательного потока [6, с. 72]: необычная тема обеспечила органичное слияние «мира медиа и массовой культуры с миром классической музыки и так называемого “высоколого” искусства».

Даже если согласиться с тем, что говорить с современным зрителем нужно на доступном ему языке, сам анализ подобных экспериментов далек от совершенства. В нем отсутствует сравнение экранного решения с музыкальной формой, техники анимации со стилистикой музыкального ряда. За скобками остаются исполнительская интерпретация и особенности саунда, в котором, помимо музыки, как правило, использованы шумовые эффекты. Такой поверхностный и однобокий подход критикует Бялас, сетуя на то, что присутствию музыкальной классики на телевидении было посвящено так мало исследований [2, с. 181].

Между тем в программы тематических телеканалов, посвященных искусству и классической музыке, входят трансляции концертов (различных жанров, стилей, инструментальных составов) [7, с. 150], оперные и балетные спектакли (в театральной, телевизионной и киноверсиях; в традиционной и современной сценографии). Серьезная музыка на телевидении — это освещение всевозможных музыкальных мероприятий (конкурсы и фестивали); документальные и художественные фильмы «о музыке и музыкантах»; музыкально-публицистические программы; интервью и дискуссии [2, с. 158–159]. Выбор велик, однако специализированная аудитория музыкальных программ ограничена «малочисленной группой любителей музыки», причем производители заведомо «инкапсулируют и элитаризируют эту группу». «Телевидение, несомненно, обладает огромным потенциалом, когда речь идет о формировании любви к серьезной музыке. Однако этот потенциал остается неиспользованным» [там же, с. 172],

да и жанровое многообразие музыкального телевидения может быть поставлено под вопрос. Так, С. Фрит настаивает на том, что ТВ не развивает собственные высокохудожественные жанры, а лишь остается средством передачи концертов и театральных шоу [8, с. 281]. С этим утверждением трудно согласиться. Работы в жанрах телеоперы, телебалета, телеконцерта имеют ярко выраженную жанровую специфику и богатую историю развития. В этом контексте концерт-беседа представляет особый интерес.

Закономерный вопрос: какие цели преследует музыкант, принимая предложение выступить ведущим телевизионных концертов-бесед? Это реализация просветительской миссии и одновременно творческий эксперимент. Медийность является для нас показателем популярности, однако известность музыканта не сводится к внешней узнаваемости. Рисуя портрет исполнителя, мы говорим о характерной манере, стилистических предпочтениях, особенностях интерпретации. Все это составляющие почерка настоящего мастера, которые позволяют безошибочно угадать его имя. Но для того, чтобы их распознать, нужен весьма серьезный слушательский опыт.

Жанр концерта-беседы позволяет упростить задачу. Прославленный исполнитель или дирижер (а именно топ-уровень деятелей музыкального искусства интересует продюсеров телеканалов) раскрывается, порой, с неожиданной стороны. Академические музыканты оказываются обаятельными людьми, не лишенными чувства юмора. Голос, тон, интонация, мимика и жестикация не только дополняют впечатление, но позволяют многое понять в характере героя и по достоинству оценить его индивидуальность. Как разнятся исполнительские трактовки, так и отличаются концерты-беседы разных авторов.

Концерт-беседа позволяет музыканту по-новому взглянуть на знакомые сочинения, сосредоточиться на принципиально важных моментах интерпретации, сформулировать собственное исполнительское кредо. Синтез интуитивного и рационального — подлинный акт творческого самопознания.

Классический пример — «Концерты для молодежи» Леонарда Бернштейна. Дирижер, пианист, композитор, Бернштейн признавался, что его всеядность не знает предела. Ему физически было необходимо ощущение огромной аудитории, бесконечного горизонта влюбленных глаз. Работа на телевидении давала эту возможность. Главный музыкальный критик газеты «Нью-Йорк Таймс» Э. Томмасини вспоминал, с каким нетерпением ждал в детстве каждой новой программы Бернштейна [9]. На всю жизнь он сохранил искреннее восхищение кумиром.

Пианист Глен Гульд назвал Бернштейна самым страстным приверженцем музыки на телевидении [10, с. 132]. В 1952 году на телеканале CBS начала выходить еженедельная культурно-образовательная телепрограмма «Омнибус» (от лат. *omnibus* — «всем»). Леонард Бернштейн блестяще дебютировал в ней 14 ноября 1954 года. За период с 1954 по 1958 годы вышли девять выпусков «Омнибуса» с его участием. Логическим продолжением стали «Концерты для молодежи» (*Young People's Concerts*) — цикл, к которому Бернштейн приступил в 1958 г., едва заняв место главного дирижера Нью-Йоркского филармонического оркестра. Это был абсолютно новаторский проект. Если программы «Омнибус» записывались в студии, то «Концерты для молодежи» проходили в переполненных Карнеги-Холле и Линкольн-центре. Живые симфонические концерты транслировались в прямом эфире на 40 стран мира. Причем, это были не просто традиционные концертные программы, а оригинальные шоу, режиссером и главным персонажем которых был маэстро Бернштейн — красивый, остроумный, веселый рассказчик, гениальный пианист и дирижер в одном лице, а его партнером по сцене выступал один из лучших коллективов мира — Нью-Йоркский филармонический оркестр. Поначалу эти концерты проходили по субботам в полдень, именно поэтому их иногда называют «Субботними симфоническими утренниками». На музыкантов ложилась колоссальная нагрузка. Достаточно сказать, что подготовка к трансляции начиналась за шесть часов до ее начала: техническая, затем две оркестровые репетиции (с течением времени

репетиции стали открытыми для публики), наконец, концерт. «Концерты для молодежи» имели ошеломительный успех. За 14 лет были записаны 53 программы.

Обратим внимание на характер аудитории «Конcertов для молодежи» Бернштейна. Это молодые люди от 12 до 18 лет, интересующиеся музыкой. Бернштейн активно пополнял их знания, подогревал интерес. Он не упрощал, но говорил со слушателями как с равными. Однако подчеркивал, что, анализируя музыку для обыкновенных любителей, нельзя злоупотреблять музыкальной терминологией, «иначе нам придется выносить трупы» [11, с. 18]. Автор пытался найти «золотую середину». «А найти ее нельзя без убеждения в том, что публика вовсе не «дура», а умный организм, который чаще всего именно жаждет знаний и понимания» [там же, с. 19].

Бернштейн затрагивал проблемы стиля и формы, ритма и гармонии, тональности и инструментовки. Он просто и доступно объяснял сложные музыкальные понятия, не обращая внимания на опасения осторожных коллег: «Меня предупреждали, что это слишком тонкая материя для того, чтобы ее поняли немусыканты, но я не верю этому» [там же, с. 86]. Он увлекал удивительными аналогиями. Чего, например, стоит следующая: «Он (Бах) сотворяет нечто вроде грандиозного кроссворда, в котором ноты “горизонтальных и вертикальных слов” взаимосвязаны, где все сходится и все ответы правильны» [там же, с. 86]. Бернштейн пускал любопытных на «музыкальную кухню», раскрывая секреты композиции на примере Пятой симфонии Бетховена, объясняя технику дирижерского жеста. Он давал «попробовать на вкус» Брамса, Вагнера, Чайковского. Он заражал энтузиазмом, желанием не только услышать, но прочувствовать и понять любимую музыку.

Слово на телевидении «служит для перевода, объяснения, комментариев и интерпретации музыки» [2, с. 170–171] и может сделать ее «актуальной и полезной в общественной сфере» [4, с. 230]. Бернштейн знал как сильные, так и слабые стороны телевидения. Он прекрасно понимал, что телеверсии концертов проигрывают живым

выступлениям, и потому старался превратить свои программы в телешоу, а кроме того, был убежден, что телевидение может стать величайшим инструментом музыкального образования. «Оно будет воспитывать, развлекая» [9]. Подвижнические идеи Бернштейна легли в основу просветительской миссии жанра концерта-беседы.

Другой образец выдающегося музыкального просветителя на телевидении — младший современник Бернштейна — **Майкл Тилсон Томас**. Когда Г. Гульд сетовал на то, что «Бернштейн не желает (а может быть, его об этом и не просят) согласовать свою просветительскую деятельность на подиуме с требованиями камеры», а также иронизировал по поводу «толпы его подражателей» [10, с. 132–133], имени Майкла Тилсона Томаса еще никто не знал. Спустя полгода после публикации статьи Гульда «О Цинтия, бога ради, ведь есть же там что-нибудь еще» 24-летний помощник дирижера Бостонского симфонического оркестра внезапно обрел мировую известность, с успехом заменив в середине концерта заболевшего Уильяма Стайнберга. С 1971 по 1977-й годы Майкл Тилсон Томас или МТТ, как называют его в Америке, руководил «Концертами для молодежи» Нью-Йоркского филармонического оркестра. Не пытаясь подражать великому Ленни Бернштейну, он принял его эстафету, заслужив негласный титул «харизматичного и простоватого толкователя музыки в духе Бернштейна» [9].

Подлинное признание пришло позже. Широкомасштабный образовательный проект *Keeping Score* («Личный счет»), оцененный в 23 млн. долларов, стартовал на канале PBS в ноябре 2006 года. Его главные участники — Тилсон Томас и возглавляемый им Симфонический оркестр Сан-Франциско. По законам современных масс-медиа все, происходящее на экране, должно быть «визуально притягательным и безраздельно захватывающим внимание» [7, с. 150]. Сохранив формат концертов-бесед, авторы проекта максимально использовали возможности современного телевидения, сделав программы очень яркими и динамичными. Всего было выпущено три цикла. Первая серия — «Революция в музыке» — объединила эпизоды, посвященные Бетховену, Стравинскому и Копленду как композиторам-новаторам,

изменившим ход музыкальной истории. Документальный фильм о бетховенской симфонии № 3 («Героической») снимался в Вене и ее окрестностях. В него вошли фрагменты репетиций, комментарии солистов оркестра и самого маэстро, дополненные его же фортепианными иллюстрациями. МТТ старался быть понятным нынешнему молодому поколению. Если вопросы, которые ставил перед аудиторией Бернштейн, звучали риторически, Тилсон Томас, спрашивая, ждал ответной реакции. Что героического в музыке Бетховена? Чем была новая симфония для теряющего слух композитора? Как могла «Героическая» симфония заканчиваться не героичным, а, скорее, комичным финалом? По словам Тилсона Томаса, если бы он оказался один на один с любым из своих зрителей, прежде всего он постарался бы объяснить, что вкладывают в создание музыки композитор, исполнитель, слушатель [12].

Проект *Keeping Score* был разработан как мощная образовательная платформа, куда помимо телефильмов, вошли авторские радиопрограммы Тилсона Томаса «МТТ-файлы», удостоенные премии Пибоди. В них маэстро размышлял о музыке и вспоминал легендарных мастеров, с которыми ему посчастливилось встретиться. *Keeping Score* — это также записи концертных выступлений Симфонического оркестра Сан-Франциско, интерактивный сайт и программа подготовки учителей для интеграции классической музыки в учебную программу основных предметов (естественные науки, математика, английский язык, история и обществознание) на всех ступенях обучения в государственных школах. Несмотря на разнообразие используемых в проекте форматов, акцент изначально был сделан на телепродукции. Именно телевидение обеспечило мощный старт и широкий общественный резонанс, что соответствовало заявленной цели: «использовать средства массовой информации в самых публичных и доступных формах, чтобы показать, что классическая музыка доступна всем, привить любовь к музыке на протяжении всей жизни, сделать классическую музыку доступной для людей всех возрастов и социальных слоев» [там же].

Таким высоким идеалам отвечает общественная деятельность всемирно известного дирижера и пианиста **Даниэля Баренбойма**. Он уверен, что только изучая музыку, мы можем понять собственную жизнь. В 2006 году Баренбойм стал ритовским лектором. Ритовские лекции (*The Reith Lectures*) — ежегодный цикл радиолекций на политические, экономические или научные темы одного из ведущих ученых или известного общественного деятеля. Баренбойм провел на радио BBC-4 курс лекций, посвященных исследованию взаимного влияния музыки и общества. Пять программ были записаны в апреле-мае 2006 г. в Лондоне, Чикаго, Берлине и Иерусалиме.

- «Вначале был звук» (*In the Beginning was Sound*), 7 апреля 2006 г.
- «Забывтое чувство» (*The Neglected Sense*), 14 апреля 2006 г.
- «Магия музыки» (*The Magic of Music*), 21 апреля 2006 г.
- «Встреча в музыке» (*Meeting in Music*), 28 апреля 2006 г.
- «Сила музыки» (*The Power of Music*), 5 мая 2006 г.

В июне 2011-го BBC Radio 4 опубликовало в свободном доступе полный архив ритовских лекций Баренбойма, являющих философскую концепцию познания мира через музыку [13]. Рассуждая на тему «Магия музыки», Баренбойм, по сути, провозгласил манифест в защиту всеобщего «права на музыку»: «С моей точки зрения, классическая музыка, которую мы слушаем сегодня, не сохранится, пока мы радикально не изменим свое отношение к ней, пока мы не перестанем воспринимать ее как узкоспециализированный контекст, оторванный от реальности, пока музыка не станет для нас хлебом насущным. Не только чем-то декоративным, предназначенным для поднятия настроения или душещипательным, а чем-то, что является предметом первой необходимости. Некоторые из нас восхищаются музыкой, интересуются ей более, чем другие, но я верю, что у всех нас есть возможность не только выучить что-либо, но и использовать это как инструмент в обучении».

В 2016-м Баренбойм запустил на YouTube свой канал. На сегодняшний день у него примерно 70 тыс. подписчиков. В приветственном

слове дирижер подчеркнул, что в своих видео собирается говорить не только о музыке. Не меньше, чем любимые пьесы, его волнуют актуальные проблемы всего человечества. Впрочем, в выступлении на тему *Music & Conversation* («Музыка и беседа») маэстро заявил, что о музыке говорить нельзя, поскольку в разное время, для разных людей музыка означает разные вещи. Как ни вспомнить Бернштейна, придерживавшегося мнения, что говорить о музыке — «то же самое, что тщиться объяснить каприз природы. Но, следуя великой традиции человека проникать во тьму посредством разума, биться головой о каменные стены, чтобы иногда уловить отблеск света, можно попытаться объяснить чудо музыки» [11, с. 13].

Тем не менее Баренбойм, как и Бернштейн, взялся говорить о музыке. Он создал свой собственный цикл «5 Minutes On...» на телеканале *Medici* — короткие обаятельные беседы о любимых фортепианных сочинениях. За 5 минут, рассказывая о «Лунной» сонате Бетховена, Баренбойм умудрялся не только сыграть самые яркие ее фрагменты, но и сопоставить мелодию первой части с темой моцартовского «Дон Жуана». Он раскрывал секрет популярности музыки и объяснял собственную исполнительскую трактовку.

Еще один выдающийся музыкальный просветитель и исполнитель на телевидении — мастер сопоставлений, знаменитый американский трубач **Уинтон Марсалис**, с равным успехом выступающий как академический и джазовый музыкант. Это уникальное в своем роде сочетание легло в основу его фирменного стиля ведения концертов-бесед. В 1995 году на *PBS* состоялась премьера образовательного четырехсерийного телесериала «Марсалис о музыке» (*Marsalis On Music*). Этот проект с участием джаз-бэнда, джаз-трио Марсалиса, симфонического и духового оркестров студентов Тэнглвуда под управлением Сейджи Озавы, всемирно известного виолончелиста Йо-Йо Ма и самого Уинтона Марсалиса имел колоссальный успех и был награжден телепремией Пибоди.

Марсалис, занятый в цикле в качестве ведущего, солиста и дирижера, в телестудии рассказывал детям (взрослых слушателей не

было) об особенностях музыкального языка. Причем, как на примере классических сочинений — музыки Чайковского к балету «Щелкунчик», «Классической симфонии» Прокофьева, знаменитых маршей Джона Филиппа Сузы, так и на основе джазовых стандартов. 30-летний Марсалис, больше похожий на тинейджера, свободен и раскован. Уже из самих названий программ становится ясно, что Марсалис не намеревался читать юным слушателям скучную лекцию:

1. *Why Toes Tap—Marsalis On Rhythm* (Зачем пальцам ритм — Марсалис о ритме).

2. *Listening For Clues—Marsalis On Form* (За путеводной нитью — Марсалис о форме).

3. *Sousa To Satchmo—Marsalis On The Jazz Band* (От Сузы к Сачмо — Марсалис о джаз-бэнде).

4. *Tackling The Monster—Marsalis On Practice* (Сразиться с чудищем — Марсалис о практике).

Марсалис с юмором говорил об очень серьезных вещах, имеющих прямое отношение к теории, истории музыки и исполнительской практике. Он предвосхищал вопросы, которые могли возникнуть, и на пальцах объяснял, что такое сонатное аллегро, джазовая песенная форма (*Rhythm changes*), синкопа, каденция, рифф, ритм-секция, а музыканты тут же иллюстрировали его слова.

Звездой современных медиа является и британский скрипач **Даниэль Хоуп** — один из самых креативных музыкантов классического жанра. В его творчестве органично соединяются фолк, джаз и академическое направление. Он инициатор, вдохновитель, сценарист, участник огромного количества успешных творческих проектов. Создается впечатление, что Д. Хоуп буквально «может все»: великолепный скрипач, радио- и телеведущий, журналист и писатель. Его концертные замыслы и публикации находят органичное продолжение в работах на ТВ и радио. В России Хоуп достаточно популярен как исполнитель, в меньшей степени — как писатель и совсем неизвестен как журналист и ведущий. Между тем — это один из самых блестящих рассказчиков среди музыкантов.

Немало замечательных примеров концертов-бесед мы найдем и в истории отечественного телевидения «Собеседник, оратор, проповедник... Как назвать артиста, дающего сольный концерт?», — спрашивает Вера Горностаева [14, с. 14]. Пианистка имеет в виду риторичность самого музыкального высказывания, однако автор концерта-беседы должен виртуозно владеть и ораторским искусством, понимаемым как «уменье говорить связно, логически и художественно, чтобы привлечь внимание, а вместе с тем и сочувствие слушателей к какому-нибудь делу» [15]. Интересно, что именно у пианистов принято выражение «говорящие пальцы». Даже внешняя строгость исполнительской манеры не отменяет невероятной по силе воздействия выразительности движений пальцев и рук пианиста. Слепки и фотографии рук Ф. Шопена, Ф. Листа, С. Рахманинова, С. Рихтера, Э. Гилельса, Г. Гультда несут отпечаток подлинной скульптурной красоты. Оживая на фортепианной клавиатуре, руки профессионала привлекают к себе внимание, вызывают искреннее восхищение.

Очень выразительны руки **Веры Горностаевой**. Педагог, музыкант, просветитель — это триединство является определяющим в творческой судьбе пианистки. На протяжении многих лет она рассказывала о музыке ученикам, коллегам, слушателям. Ее слово, обращенное к профессионалам или любителям, звучало в равной степени убедительно. Ее концерты-беседы — особая веха в истории музыкального просветительства. К сожалению, не были изданы ее программы, подготовленные Главной редакцией музыкальных программ ЦТ. В этом списке «Беседы у рояля», «Музыкальный абонемент», «Представляем молодых», «Музыканты о музыке», «Из сокровищницы музыкального искусства», а также блистательный цикл из 23 получасовых передач «Открытый рояль», вышедший на экраны страны в конце 80-х прошлого века. Рассказы Горностаевой о «Лунной сонате» Бетховена, мазурках Шопена, «Карнавале» Шумана отличаются идеальным соотношением музыки и слова.

Мастером бесед у рояля был и **Натан Ефимович Перельман** — выдающийся пианист, профессор Ленинградской (Санкт-Петербургской)

консерватории, автор своеобразного бестселлера, книги афоризмов «В классе рояля». В течение десяти лет, с 1977 по 1987 годы он вел на Ленинградском телевидении цикл программ о музыке «Беседы у рояля». Режиссером выступила его бывшая ученица **Ирина Евгеньевна Тайманова**, автор многочисленных фильмов о деятелях культуры и искусства, постановщик оперных спектаклей, профессор кафедры режиссуры музыкального театра Санкт-Петербургской государственной консерватории, большой пропагандист музыкального искусства и сама — замечательный рассказчик. По словам И. Таймановой, Перельман мог сделать элегантно шоу из любого рассказа о музыке. Его секрет заключался в образности мышления, чувстве юмора, интересных ассоциациях, «тонком и мастерском прикосновении к роялю, как к палитре звуков, в простоте и доступности, с которыми он обращался к слушателям» [16, с. 247, 249]. Видеозаписи программ «Беседы у рояля», к сожалению, не сохранились, но в 2013 г. в сборнике «Беседы у рояля. Воспоминания. Письма» были изданы стенограммы отдельных программ цикла, выполненные «вживую», у экрана телевизора сестрой одной из учениц Перельмана Фридой Брянской. Эти конспекты дают некоторое представление о том, сколь изящным и остроумным рассказчиком был пианист. Тематику программ отличает простота и точность: о различных формах музицирования, чуде рояля, детской музыке. Иногда речь идет об известных сочинениях: «Умиряющий лебедь» Сен-Санса, «Аппассионата» Бетховена. Есть программы, посвященные композиторам-классикам, — Доменико Скарлатти, Шуберту, Чайковскому. Порой в формулировке темы слышится легкая ироническая нотка: о нелегкой судьбе легкой музыки, о тишине в музыке и о печальном загрязнении звуковой среды.

В сентябре 1986 г. была прочитана «Беседа о музыке». В ней Перельман коснулся того, как не надо говорить о музыке («всякие ассоциации во всех областях искусства обедняют ее, лишают подлинности») и того, как надо музыку слушать («она требует внимания, вслушивания, любви и, если она того заслуживает, — восхищения») [16, с. 97]. В прозе цифр и жанровых определений автор видел чудо

музыки. Он сетовал на несправедливость судьбы по отношению к музыкальному искусству, но не унывал: «Надежда наша на то, что XX век с помощью своих относительно молодых радио и телевидения принимает все возможные меры, чтобы музыка стала так же близка и так же понятна миллионам людей, как остальные искусства» [16, с. 78].

Завершая обзор работ в жанре концерта-беседы, нужно упомянуть еще об одной их форме. До сих пор речь шла о беседе со слушателем. Однако не менее увлекательной может быть беседа самих исполнителей. В особенности, диалоги во время репетиций. Как в споре рождается истина, так работа над сочинением рождает новые смыслы. Пожалуй, сегодня любой документальный фильм, посвященный кому-то из великих исполнителей, не обходится без фрагментов репетиционного процесса. Образцовым примером является совместный проект австрийского дирижера **Герберта фон Караяна** и французского режиссера **Анри-Жоржа Клузо**. Вместе они выпустили серию оригинальных телеконцертов «Искусство дирижирования» (*Die Kunst des Dirigierens*), демонстрирующих поиск зримого воплощения классической музыки. Представив на минуту Караяна, невозмутимого на сцене, с его сдержанной манерой и отточенным дирижерским жестом, мы поймем, насколько важно было для него найти визуальный эквивалент богатству музыкального содержания.

В фильмах Караяна–Клузо исполнение произведений было дополнено фрагментами репетиций и интервью. То, как описывает происходящее на экране Г. Гульд, позволяет по-настоящему оценить не только работу дирижера и режиссера, но и оператора: «В Дворжаке перед нами предстает взвод виолончелистов, выстроенный в форме полумесяца, а уже в следующем кадре та же виолончельная группа перестраивается по двое, с контрабасистом в качестве замыкающего. Сам Караян, облаченный в свитер с высоким воротником, в большинстве эпизодов едва умещает локти между струнниками, которые, как и остальные их коллеги, одеты неподобающим образом — в пиджачные пары. Но даже эта неловкость в одежде помогает отрешиться от привычного ощущения сцены, чему способствует, к тому же, манера

Клузо заполнять верхний край экрана рваными контурами контрабаса <...> С самых первых нот фильм создает непринужденную атмосферу репетиции — репетиции, которая в любой момент может закончиться, но проходит настолько успешно, что незаметно перетекает в сам концерт» [10, с. 133–134].

Классическая музыка на телевидении присутствовала всегда, и потому сегодня странно слышать о несоответствии специфики серьезного музыкального искусства современным экранным форматам (о чём говорилось в начале статьи). Не исключено, что через пару лет вектор неожиданно сменится, и интеллектуальное начало станет доминирующим в программной политике телекомпаний, заинтересованных не только в сохранении своего зрителя, но в расширении аудитории. Целый ряд факторов свидетельствует о том, что современный зритель готов к серьезной внутренней работе. Мы наблюдаем небывалый всплеск интереса к жанру концерта-беседы в сценической практике. Один из самых успешных примеров подобного рода — филармонический цикл «Владимир Юровский дирижирует и рассказывает...» — собирает разновозрастную аудиторию, в которой очень велик процент молодых людей. Записи телевизионных концертов-бесед все чаще переиздаются на DVD или выкладываются на YouTube. Позитивные сдвиги можно отметить и в медиа-сфере.

Первая ласточка — запуск в марте 2019-го года радиостанции Scala. Важно не столько то, что в Великобритании появилась еще одна, уже третья по счету радиостанция классической музыки, но причины, которыми был продиктован выбор ее формата. Амбициозная цель — кардинально обновить аудиторию классической радиостанции за счет привлечения молодых слушателей — основана, по свидетельству The Guardian [17], на проведенном авторами проекта опросе аудитории, согласно результатам которого почти половина (45%) современных молодых людей ищут в классической музыке спасение от шума современной жизни. Важно, что Scala позиционирует себя как музыкально-разговорная радиостанция и стремится к большему, по сравнению с Classic FM или BBC Radio 3, количеству речевого контента [18]. Законо-

мерно возникает целый ряд вопросов относительно параметров этого контента — содержания, характера эмоциональной подачи, темпа, используемой лексики. Для их решения недостаточно интуитивного подхода. Необходим всесторонний анализ накопленного в медиасфере опыта [4, с. 236] не только с позиций теле- и радиожурналистов, продюсеров, операторов и режиссеров, но также музыковедов. Поиск прогрессивных форм работы с широкой аудиторией [там же, с. 242] входит в сферу интересов общественного музыковедения (public musicology) — динамично развивающейся отрасли науки, которую некоторые исследователи склонны приравнять к полномасштабному проекту социальной справедливости [19, с. 10].

ЛИТЕРАТУРА

1. Kramer L. *Why Classical Music Still Matters*. Berkeley: University of California press, 2007. 242 s.
2. Biała M. Muzyka poważna w telewizji. Problemy i nadzieje [Classical Music on Television. Problems and Hopes] // *Annales UMCS [The Journal of Maria Curie-Skłodowska University]*. 2008. Vol. 6. Issue 1. S. 155–181.
DOI: <https://doi.org/10.2478/v10075-008-0008-6>.
3. Фёдорова А. В. Классическая музыка в качестве подструктуры медиапространства // *European Journal of Arts*. 2019. № 3. С. 43–47.
4. Dromey C. *Talking about Classical Music: Radio as Public Musicology* // *The Classical Music Industry* / ed. C. Dromey, J. Haferkorn. New York: Routledge, 2018. P. 183–261.
5. Johnson J. *Who Needs Classical Music? Cultural Choice and Musical Value*. Oxford: Oxford University Press, 2002. 140 p.
6. Mojsilović J. The World of Classical Music in the TV Series *Mozart in the Jungle* // *AM Journal of Art and Media Studies*. 2018. № 17. P. 71–77.
URL: https://www.researchgate.net/publication/328350514_The_World_of_Classical_Music_in_the_TV_Series_Mozart_in_the_Jungle (дата обращения: 24.02.2020).
7. Журкова Д. А. *Искушение прекрасным: классическая музыка в современной массовой культуре*. М.: Новое литературное обозрение, 2016. 316 с.
8. Frith S. Look! Hear! The Uneasy Relationship of Music and Television // *Popular Music*. 2002. Vol. 21. No. 3. P. 277–290.
URL: <http://www.jstor.org/stable/853719> (дата обращения: 24.02.2020).

9. Tommasini A. When Network Television Was Willing to Educate // *The New York Times*. 2004. Nov. 18.

URL: <https://www.nytimes.com/2004/11/18/arts/television/when-network-television-was-willing-to-educate.html> (дата обращения: 24.02.2020).

10. Гүлд Г. Избранное: в 2 кн. / сост.: Т. Пэйдж; пер. с англ. В. Бронгулеев, А. Хитрук. М.: Классика-XXI, 2006. Кн. 2. 216 с.

11. Бернштейн Л. Музыка — всем. М.: Советский композитор, 1978. 258 с.

12. Payne C. SFS's Revolution In Music Education // *Senza Sordino*. 2008. Vol. 46. Issue 3.

URL: <https://www.icsom.org/senzasordino/2008/08/sfss-revolution-in-music-education/> (дата обращения: 24.02.2020).

13. Barenboim D. The Reith Lectures // BBC Radio 4. 2006.

Audio links.

URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p00ghv8s/episodes/player> (дата обращения: 24.02.2020).

Transcript of lectures.

URL: <https://pdfslide.net/documents/barenboims-reith-lectures.html> (дата обращения: 24.02.2020).

14. Горностаева В. В. Два часа после концерта. М.: Советский композитор, 2004. 239 с.

15. Ораторское искусство // *Энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона*. Том XXII (43): Опекa — Отсайдер. СПб.: Типо-литография И.А. Ефрона, 1897. С. 89.

16. Перельман Н. Е. Беседы у рояля. Воспоминания. Письма. М.: Арт-транзит, 2013. 291 с.

17. Thorpe V. Young people are turning to classical music to escape “noise of modern life” // *The Guardian*. 2019. 27 Jan.

URL: <https://www.theguardian.com/music/2019/jan/27/young-turn-to-classical-music-to-escape-scala-radio-station> (дата обращения: 24.02.2020).

18. Hann M. Can Scala Radio disrupt the UK's classical market? // *Financial Times*. 2019. 1 March.

URL: <https://www.ft.com/content/d7bb1800-3a7a-11e9-9988-28303f70fcff> (дата обращения: 24.02.2020).

19. Levitz T. The Musicological Elite // *Current Musicology*. 2018. No. 102. P. 9–80.

URL:

https://journals.cdrs.columbia.edu/wp-content/uploads/sites/13/2019/01/CM102_Levitz.pdf (accessed 24.02.2020).

REFERENCES

1. Kramer L. *Why Classical Music Still Matters*. Berkeley: University of California press, 2007. 242 p.
2. Biały M. Muzyka poważna w telewizji. Problemy i nadzieje [Classical Music on Television. Problems and Hopes]. *Annales UMCS* [The Journal of Maria Curie-Skłodowska University]. 2008. Vol. 6, issue 1, pp. 155–181.
DOI: <https://doi.org/10.2478/v10075-008-0008-6>.
3. Fyodorova A.V. Klassicheskaya muzyka v kachestve podstruktury media-prostranstva [Classical music as a substructure of the media-space]. *European Journal of Arts*. 2019. No. 3, pp. 43–47.
4. Dromey C. Talking about Classical Music: Radio as Public Musicology. *The Classical Music Industry*. Ed. by C. Dromey, J. Haferkorn. New York: Routledge, 2018, pp. 183–261.
5. Johnson J. *Who Needs Classical Music? Cultural Choice and Musical Value*. Oxford: Oxford University Press, 2002. 140 p.
6. Mojsilović J. The World of Classical Music in the TV Series Mozart in the Jungle/ *AM Journal of Art and Media Studies*. 2018. No. 17, pp. 71–77.
URL: https://www.researchgate.net/publication/328350514_The_World_of_Classical_Music_in_the_TV_Series_Mozart_in_the_Jungle (accessed 24.02.2020).
7. Zhurkova D.A. *Iskushenie prekrasnym: klassicheskaya muzyka v sovremennoy massovoy kul'ture* [The temptation of the beautiful: classical music in contemporary popular culture]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 2016. 316 p.
8. Frith S. Look! Hear! The Uneasy Relationship of Music and Television. *Popular Music*. 2002. Vol. 21, no. 3, pp. 277–290.
URL: <http://www.jstor.org/stable/853719> (accessed 24.02.2020).
9. Tommasini A. When Network Television Was Willing to Educate. *The New York Times*. 2004, Nov. 18.
URL: <https://www.nytimes.com/2004/11/18/arts/television/when-network-television-was-willing-to-educate.html> (accessed 24.02.2020).
10. Gould G. *Izbrannoe* [Selected works]. Ed. by T. Page. Vol. 2. Moscow: Classic-XXI Publ., 2006. 216 p.
11. Bernstein L. *Muzyka—vsem* [Music to All]. Moscow: Sovetskiy kompozitor Publ., 1978. 258 p.

12. Payne C. SFS's Revolution In Music Education. *Senza Sordino*. 2008. Vol. 46, issue 3.
URL: <https://www.icsom.org/senzasordino/2008/08/sfss-revolution-in-music-education/> (accessed 24.02.2020).
13. Barenboim D. The Reith Lectures. *BBC Radio 4*. 2006.
Audio links.
URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/p00ghv8s/episodes/player> (accessed 24.02.2020).
Transcript of lectures.
URL: <https://pdfslide.net/documents/barenboims-reith-lectures.html> (accessed 24.02.2020).
14. Gornostaeva V. V. *Dva chasa posle kontserta* [Two hours after the concert]. Moscow: Sovetskiy kompozitor Publ., 2004. 239 p.
15. Oratorskoe iskusstvo [The art of rhetoric]. *The Brockhaus and Efron Encyclopedic Dictionary*. Volume XXII (43). St. Petersburg: Tipo-litografiya I.A. Efrona Publ., 1897. P. 89.
16. Perelman N. E. *Besedy u roynalya. Vospominaniya. Pis'ma*. [Conversations at the piano. Memoirs. Letters]. Moscow: Art-tranzit Publ., 2013. 291 p.
17. Thorpe V. Young people are turning to classical music to escape "noise of modern life". *The Guardian*. 2019, 27 Jan.
URL: <https://www.theguardian.com/music/2019/jan/27/young-turn-to-classical-music-to-escape-scala-radio-station> (accessed 24.02.2020).
18. Hann M. Can Scala Radio disrupt the UK's classical market?. *Financial Times*. 2019, 1 March.
URL: <https://www.ft.com/content/d7bb1800-3a7a-11e9-9988-28303f70fcff> (accessed 24.02.2020).
19. Levitz T. The Musicological Elite. *Current Musicology*. 2018. No. 102, pp. 9–80.
URL: https://journals.cdros.columbia.edu/wp-content/uploads/sites/13/2019/01/CM102_Levitz.pdf (accessed 24.02.2020).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

ТАТЬЯНА АНАТОЛЬЕВНА ЦВЕТКОВСКАЯ

Руководитель специальных проектов,
Радиостанция «Орфей»,
115184, Москва, ул. Пятницкая, д. 25, стр. 1

ORCID: 0000-0001-8395-9820

e-mail: tskoblik@mail.ru

ABOUT THE AUTHOR:

TATIANA A. TSVETKOVSKAYA

Special Project Manager,
Orpheus Radio,
115184, Moscow, Pyatnitskaya str., 25, b. 1

ORCID: 0000-0001-8395-9820

e-mail: tskoblik@mail.ru

НАУКА ТЕЛЕВИДЕНИЯ № 16.1, 2020. Научный журнал

Главный редактор — Е.В. Дуков

Научный редактор, редактор — Г.Р. Консон
Ответственный секретарь, редактор — О.Б. Хвоина
Редактор — Е.С. Еркина

Компьютерная верстка — Т.М. Лукова

Подписано в печать 27.03.20
Усл. печ. л. 11.7. Тираж 200 экз.

Отпечатано в Издательском центре
Института кино и телевидения (ГИТР)

Контактная информация:
8 (495) 7876511
www.gitr.ru, e-mail: mail@gitr.ru
123007, Россия, Москва,
Хорошевское ш., д. 32А

THE ART AND SCIENCE OF TELEVISION No. 16.1, 2020. Research journal

Editor-in-Chief – E.V. Dukov

Scientific Editor, Editor – G.R. Konson
Executive Secretary, Editor – O.B. Khvoina
Editor – E.S. Yerkina

Desktop Publishing – T.M. Lukova

Signed to print on 27.03.2020
Cond. printed sheets 11.7. Circulation 200 copies.

Printed at the Publishing Centre
of the GITR Film & Television School

Contacts:
+7 (495) 7876511
www.gitr.ru, e-mail: journal@gitr.ru
123007, Khoroshevskoe shosse, d. 32A
Moscow, Russia