



Научная статья

УДК 791.61:004

DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-138-147

Ценностные ориентиры драматургии аудиовизуальной
периодики: перенастройка научной оптики

Ирина Николаевна Кемарская

Академия медиаиндустрии, г. Москва, Россия

ink0620@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7593-8042>

На материалах аудиовизуальной периодики рассматривается переход к новой парадигме ценностного понимания медиапродукции цифровой эпохи. Актуальность подхода диктуется необходимостью смены художественно-эстетической оценочной парадигмы эстетики модерна, главенствовавшей на протяжении почти всего XX в., на критерии постмодерна и метамодерна. Научный акцент в статье делается на профессиональные компетенции, которые можно позиционировать как «неоцифруемые», в частности, на креативность и ценностные установки креаторов. В статье показана трансформация представлений о единичности и инновационности экранного зрелища, присущих отдельным фильмам, на дискурс в русле «драматургии серийности», характерной для ТВ и веб-документалистики, и далее, к драматургии открытых экранных поисковых процессов. Методологически смена научной оптики доказывается в ходе ревизии традиционных представлений об экранной драматургии и обоснования новых подходов к ценностному статусу аудиовизуальных зрелищ в условиях трансмедийности. В качестве универсального механизма рассмотрения драматургической структуры экранной периодики предлагается условная генеративная модель, которая может быть описана как открытая, холистическая порождающая основа конкретного аудиовизуального формата. Ценностный подход меняет методологические дискурсы оценок произведений аудиовизуальных медиа: с текстоцентричного на поликодовый, с авторско-субординационного на зрительско-ориентированный, с анализа информационного наполнения в статичном срезе отдельного выпуска на анализ целостного характера экранного произведения в динамике его развития. Результаты исследования обрисовывают новые направления исследований трансмедийных аудиовизуальных потоков, а также развивают положения о ценностных ориентирах в иерархии профессиональных компетенций медиакреаторов и могут дидактически использоваться при подготовке и переподготовке специалистов в области медиакommunikаций.

Ключевые слова: ценностный подход, драматургия, экранная периодика, формат, генеративная модель, цифровая эпоха

Original article

Value Orientations of the Audiovisual Periodicals
Dramaturgy: Reconfiguring Scientific Optics

Irina N. Kemarskaya

Media Industry Academy, Moscow, Russia

ink0620@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7593-8042>

The article examines the problem of the transition to a new paradigm of media products' value understanding of audiovisual periodicals in digital age. Relevance of the approach is challenged by the necessity to change the evaluative paradigm of modern aesthetics, which dominated for almost the entire twentieth century, to the criteria of postmodern and metamodern. The article emphasizes the professional competencies that can be positioned as "non-digitizable", such as creativity and value orientation of creators. The article demonstrates the transformation of singularity and innovativeness of films to the "dramaturgy of seriality" due to TV and web documentaries, and further, to the dramaturgy of open search processes of metamodern. Methodologically, the change of scientific "optics" is proved in the course of revision of traditional screen dramaturgy replaced by the new approaches to the value status of transmedia audiovisual broadcasting. A generative format model is presented as the general-purpose mechanism of the TV and video shows dramatic structure. The value approach changes the methodological discourses of evaluating broadcasting media: from text-centric to polycode, from author's subordination to viewer's priority, from the content analysis to the dynamics of show structures. The results of the study move forward the development of professional competencies in media value chain and can be used for the training and retraining of specialists.

Keywords: value approach, dramaturgy, audiovisual periodicals, format, generative model, digital age

© Кемарская И. Н., 2022



Введение. Актуальность выбранной темы обусловлена расширяющимся расколом между практиками и теоретиками медиа в понимании ценностной составляющей экранной продукции, осознанием необходимости доказательно аргументировать, что, упрощённо говоря, считать хорошим, а что – плохим. Это проблема не вкусовая, а дискурсивная, поскольку оценки зрителей, критиков и творцов теряют общую критериальную основу, не сопрягаются друг с другом.

Трансмедийные процессы затрагивают само понимание природы экранных произведений на сломе информационных эпох. В условиях нарастающего коммуникационного изобилия попытки объяснения законов и механизмов функционирования экранных зрелищ наталкиваются на избыточные объёмы эмпирического материала, не поддающиеся привычным методам анализа. По мнению Н. В. Самутиной, «объект больше не дан нам непроблемно, объект претерпевает многочисленные изменения, объект вызывает к тому, чтобы всё поле <...> исследований заново посмотрело на себя со стороны и задало себе вопрос о степени адекватности имеющихся наборов аналитических инструментов для осмысления всего происходящего в последние два десятилетия. <...> Трансформация объекта <...> становится вызовом и важным вопросом для теорий новых медиа» [1, с. 64]. Пересмотр объекта оборачивается изменением исследовательских позиций, сущностно-значимых параметров объектов и критериев оценок. Обращение к драматургическому взгляду на экранную периодику открывает возможности апробации принципиально новых аналитических подходов и нового научного инструментария.

Понятие экранной драматургии традиционно связывают с кинематографом. Но принципы классической киносценаристики не раскрывают механизмы развития действия в произведениях той же телевизионной периодики. При переходе в другие медийные среды драматургический характер произведений снова меняется, а действие может вообще перестать быть экранным, например, разворачиваться в безэкранных мультимедийных средах¹. В условиях нарас-

¹ Например, описание беспредметного «воздушного экрана». См.: Дементьев С. А., Лямов Ю. О. Устройства на основе аэродисперсных сред // Современные проблемы развития техники, экономики и общества: материалы II Междунар. науч.-практ. очно-заочной конф. / науч. ред. А. В. Гумеров. – Уфа, 2017. – С. 60–62.

тающей цифровизации и стремительного стирания отличий между реальным и виртуальным всё большее значение обретают технологические умения креаторов, наборы их квалификационных компетенций. Но есть ряд умений, которые характеризуются как «неоцифруемые» – это способность творить и наличие у креатора ценностных установок: «Пребывание человека в виртуальном мире – одна из сложнейших чувственно-психологических инноваций, впервые возникающая в истории человечества, которая сопряжена с корректировкой представлений человека о бытии, его самоидентификации в новом мире» [2, с. 135]. Говоря о драматургии, мы говорим об инструменте реализации креативного начала. Ценностный подход необходим для выработки и отбора значимых критериальных параметров анализа.

Постановка исследуемой проблемы осложняется характерной для современных гуманитарных наук *синонимизацией* используемых понятий. Употребляя термин «драматургия» применительно к экранному зрелищу, мы этимологически опираемся в первую очередь на традиции отечественной киношколы, на классические сценарно-киноведческие работы В. К. Туркина, В. Б. Шкловского, Н. Н. Фигуровского, Г. М. Фрумкина, Л. Н. Нехорошева, С. И. Фрейлиха, на режиссёрские размышления С. М. Эйзенштейна и М. И. Ромма и других теоретиков кино². О драматургии единичного телевизионного фильма писали А. А. Пронин³, использовавший синоним «наррация», С. А. Муратов, в своё время предсказавший успех ТВ, затмивший успехи кинематографа⁴ и др. В

² См.: Туркин В. К. Драматургия кино: учеб. пособие. – 2-е изд. – М.: ВГИК, 2007. – 320 с.; Шкловский В. Б. Как писать сценарии: пособие для начинающих сценаристов с образцами сценариев разного типа. – М.; Л.: ГИХЛ, 1931; Фигуровский Н. Н. Непостижимая кинодраматургия. Советы начинающим сценаристам. – М.: ВГИК, 2009. – 76 с.; Фрумкин Г. М. Сценарное мастерство: кино – телевидение – реклама: учеб. пособие. – 3-е изд. – М.: Акад. проект, 2008. – 223 с.; Нехорошев Л. Н. Драматургия фильма. – М.: ВГИК, 2009; Фрейлих С. И. Теория кино. От Эйзенштейна до Тарковского. – 9-е изд. – М.: Акад. проект, 2018. – 508 с.; Эйзенштейн С. М. За кадром. Ключевые работы по теории кино. – М.: Акад. Проект: Гаудеамус, 2016. – 727 с.; Ромм М. И. Избранные произведения. – Т. 1. Теория. Критика. Публицистика. – М.: Искусство, 1980.

³ Пронин А. А. Mass-док: презумпция нарративности. – СПб.: Петрополис, 2017. – 242 с.

⁴ Муратов С. А. Кино как разновидность телевидения // Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений / С. А. Муратов. – М.: Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, 2001. – 280 с.



настоящее время синонимично драматургии используется термин-калька «сторителлинг» (от англ. *storytelling*), означающий привнесение сюжетных элементов в разного рода повествования, беллетризирующие тексты, в том числе и аудиовизуальные¹.

Проблема неадекватности сюжетно-поэтического подхода к анализу утилитарной в художественном плане экранной телевизионной и сетевой периодики во многом связана с различием в зрительских социальных практиках медиапотребления. Экранная периодика в своих лучших образцах может рассчитывать лишь на статус второсортного кино, безоговорочно проигрывая отдельным фильмам и в поэтике, и в информативности. Этот диссонанс заложен в инструментах кинодраматургического анализа, в традиционной опоре на сюжетную доминанту единичного экранного произведения. На это указывал Ю. М. Лотман, отмечая, что кодовая природа кинофильма «не известна аудитории до начала художественного восприятия» [3, с. 183], в то время как коды телезрелища не представляют загадки для зрителя, который *знает*, что ему покажут. Получается, что коренное отличие драматургии ТВ от драматургии кино коренится не в художественных достоинствах или недостатках экранных произведений, а в изначальной установке зрителя, считающего ценностью не новизну, а получение предвкушаемого эмоционального удовольствия. Семантический анализ экранной периодики, сводящийся к содержательно-композиционному разбору отдельных выпусков телепрограммы или веб-канала, позволяет сделать лишь статичный срез, не давая представления о производстве аудиовизуальной периодики в целом. При таком подходе исчезает и возможность структурно сравнивать отдельные программы, оказывающиеся нерелевантными, сопоставимыми объектами.

Научная новизна исследования заключается в изменении понимания парадигмальных основ аудиовизуальной периодики и обоснования их культурно-эстетической ценности с помощью инструментов экранной драматургии. Делается попытка преодолеть уже упоминавшийся разрыв между практикой аудиовизуального производства, как профессионального, так и просьюмер-

ского, – и теоретическим осмыслением происходящих перемен.

Целью работы стал поиск возможностей верифицировать с помощью драматургических инструментов произведения экранной медиапериодики транзитивного периода и подтвердить их ценностную состоятельность.

Методология и методы исследования. Мультиmodalность аудиовизуальной периодики потребовала междисциплинарного подхода к исследованию, с обращением к смежным областям медиатеоретики, таким как коммуникативистика, культурология, лингвистика, семиотика, социальная психология. Для решения научных задач в качестве методологической стратегии использовался ценностный подход, и в его русле – следующие теоретические методы: сравнительно-исторический, системно-эволюционный, сопоставительный, структурный. В качестве инструмента структурного метода применялось внеконтентное условное моделирование, обеспечивающее сравнимость и наглядность получаемых результатов.

Рабочую гипотезу исследования можно сформулировать следующим образом: *драматургический подход к произведениям аудиовизуальной периодики в условиях цифровой эпохи опирается на ценностные принципы эстетики постмодерна, признающей аксиологически значимыми критерии вариативности, серийности, мультимедийности и другие, а также – на амбивалентные колебания метамодерна, проявляющиеся в открытости, поисковом характере и принципиальной незавершённости сетевых произведений.*

Основными терминами, которыми мы оперируем в статье, являются понятия: *ценностный подход, драматургия, формат, генеративность, условное моделирование, постмодерн, метамодерн.*

К произведениям экранной периодики мы относим телевизионные передачи, повторяющиеся с определённой периодичностью в виде отдельных выпусков или сетевые интернет-каналы, видеоблоги и другие аудиовизуальные материалы, регулярно обновляемые их создателями. Признавая неразработанность понятия аудиовизуальной периодики, мы вынуждены для удобства анализа вводить временное рабочее определение термина.

¹ См., напр.: Алексеева Г. В. Научно-исследовательские традиции технологии визуального сторителлинга // Медиасреда. – 2020. – № 2. – С. 7–12.



Результаты исследования и их об- суждение следует рассматривать в каче- стве возможных направлений корректиров- ки научной «оптики»:

1. Ценностный переход от устано- вок модерна к принципам постмодерна.

В свете эстетики модерна в качестве произ- ведения искусства рассматривался индиви- дуальный продукт, единичный акт создания. В этом плане его принципам идеально отве- чали произведения кинематографа, в осо- бенности артхаусного: «Высокий модер- низм – классика XX века» [4, с. 18]. В обще- ственном сознании (как в отечественном, так и в зарубежном) установка на ценност- ный характер авангардного артхауса закрепилась достаточно прочно: «Из поколения в поколение в России складывалась склон- ность к отрицанию стандартов, к поиску не- типичных решений. Это стало неформаль- ным институтом, то есть поведенческой ха- рактеристикой большинства россиян» [5].

Модернистский дискурс воспитывал вкусы как критиков, так и публики, но зри- тельские симпатии не влияли на оценочные подходы критиков. Об этом с горечью писал В. Я. Ворошилов, создатель уникального отечественного формата телепрограммы «Что? Где? Когда?», отмечая, что сам факт многолетнего существования программы в эфире «для нашей критики, для нашего общественного мнения вроде бы и не существует вовсе. Официально этот докумен- тальный спектакль пока ещё никем не заре- гистрирован» [6, с. 5].

Легитимизация «повторительного ис- кусства», к которому, безусловно, в первую очередь относилось ТВ, началась с попыток вывода его из сферы ценностных критериев модернизма, то есть с повышения ценност- ного статуса «новой эстетики серийности». По образному выражению Умберто Эко, «нет ничего более серийного, чем рисунок на галстук, и в то же время нет ничего бо- лее индивидуализированного, чем галстук» [7, с. 65].

В противовес уникальности, краеуголь- ному понятию в модернистской конструкции, У. Эко вводил понятие «вариативности», изобретательности повторений, при котором «серия перестает быть бедным родственни- ком искусства, чтобы стать художественной формой, способной удовлетворить новую эстетическую чувствительность» [Там же, с. 70]. Исследователь развивал идею нераз-

рывности узла «схема – вариация», в кото- ром широта палитры вариаций представля- ет не меньший интерес, чем инновацион- ность схемы: «Оригинальность масс-медиа заключается в том, чтобы рассказать одну и ту же историю разными способами» [Там же, с. 55]. Ценностный статус экранной пе- риодики подкрепляют и другие значимые ка- тегории постмодернизма, такие, как *игровое начало, мозаичность, контекстуальность, коллажность, фрагментарность, изменчи- вость* и т. д.

Для понимания траектории развития экранных произведений как сетевых медиа следует рассматривать и ценностные уста- новки метамодернизма (метамодерна)¹. Это особое состояние социально-культурного пространства характеризуется колебатель- ным положением между энтропией и си- стемностью, между выраженными противо- положностями при одновременности их ис- пользования, при условии незавершённости процессов: «Наиболее отчётливое запечат- ление метамодернизм, по-видимому, нахо- дит в “неоромантической чувственности”. Во всех сферах искусства на смену отстранён- ности и злой иронии пришли искренность и открытость» [8, с. 106–107]. Парадигма ме- тамодерна исповедует путь в противовес ре- зультату, непрерывность поиска – в противо- вес резюмированию. Она оказалась вполне применима к изменчивому состоянию ин- тернет-произведений, давая возможность улавливать перспективы колебаний цифро- вого медиапространства.

2. Переход от семантических к структурно-модельным методам ана- лиза эмпирического материала. Вне ра- мок данного исследования оказываются та- кие крупные кластеры экранной периодики, как телевизионные игровые сериалы, а так- же сетевые трансмедийные периодические произведения, в том числе так называемые “storyworlds” (англ.), трансмедийные прое- кты: «Мир истории, её герои параллельно жи- вут в сериалах, фильмах, играх, книгах, ко- миксах, форумах, сайтах, музыкальных про- изведениях, да что уж там – в реальной жиз- ни, в предметах, которые нас окружают» [9]. Объектами же непосредственного рассмо- трения стали неигровая телепериодика и

¹ Концепцию метамодерна сформулировали в своём программном эссе «Заметки о метамодернизме» (2010) философы и исследователи медиа Р. Ван ден Аккер (Robin van den Akker) и Т. Вермюлен (Timotheus Vermeulen).



веб-документалистика, их условное моделирование. Отличие модельного метода от тиражирования отмечала Т. П. Ванченко: «При отсутствии подобия между моделью и оригиналом или при их полном сходстве модель не может выполнять своих функций, так как в первом случае возникают две абсолютно различные системы, а во втором – происходит обыкновенное тиражирование оригинала» [10, с. 128]. Применительно к экранной периодике имеет смысл говорить о так называемой модели *порождающего типа*, понятии, используемом Ю. М. Лотманом для описания комедии дель арте [3, с. 182], сочетающей строго заданную систему четких правил с системой открытых импровизаций. Применительно к производству экранной периодики мы называем подобную структуру *форматом* программы.

Моделирование форматной основы произведения аудиовизуальной периодики **впервые** используется применительно к выявлению драматургических механизмов, управляющих авторско-зрительскими коммуникациями. При этом само произведение рассматривается как своего рода искусственный «организм», по аналогии с идеей «сюжетного организма», предложенной американским киноведом-семиотиком С. Уортом (*Sol Worth* – англ.) в программной статье “The Development of a Semiotic of Film” (1969): «Я предпочёл “организм” “элементу”, “структуре”, “стилю” или “системе” потому, что прежде всего хочу подчеркнуть природную естественность процесса...» [11, с. 138]. В жизненных циклах формата телевизионной программы или произведения сетевой веб-документалистики «природная естественность» просматривается прежде всего в способности произведения зародиться, развиваться, самовоспроизводиться в виде потенциально бесконечного числа семантически разнообразных вариаций, с последующим финальным завершением жизненного цикла («гибелью»).

Идеи С. Уорта близки филологическим размышлениям Д. С. Лихачёва о так называемых «концептосферах» – условных пространствах мыслительных образований, естественным образом существующих в сознании каждого человека (групп людей, общества в целом). Богатство концептосферы обуславливается сословным, национальным, профессиональным, культурным, личным и другим эмпирическим опытом её но-

сителя: «Концепт не только подменяет собой значение слова и тем самым снимает разногласия, различия в понимании значения слова, чем облегчает общение, он в известной мере и расширяет значение, оставляя возможности для сотворчества, домысливания, “дофантазирования” и для эмоциональной ауры слова» [12, с. 497]. Понятие генеративной модели можно уподобить концепту, оставляющему пространство для додумывания и уточнения смыслов, при общности их понимания.

Сложность выявления форматной модели заключается в необходимости послонно редуцировать содержание отдельных выпусков, вплоть до обнажения общей структурно-драматургической конструкции. Телевидение как особое, феноменологически оформившееся медийное подпространство, предоставляет возможность детального изучения ценностных принципов генеративных форматов. Особенно наглядно двойственная природа формата, его принадлежность как креативным, так и бизнес-процессам, при пронизывающей все его составляющие зрительской ориентированности, высветилась с началом глобального медийного поворота: «Мультимедийность с её основной характеристикой – интерактивностью – всё больше нивелирует традиционную жанровую классификацию и утверждает классификацию по аудиториям» [13, с. 45].

В западной медийной культуре термин «формат» сразу стал синонимичен понятию «образца телепрограммы» (*television template* – англ.), став общеупотребительным при описании продукции медиапродукции, что неоднократно отмечал специалист в области форматного ТВ австралийский медиатеоретик А. Моран (*Albert Moran*) [14]. Ему принадлежит индустриальное определение термина: «Формат представляет собой полный пакет информации и ноу-хау, позволяющий увеличить адаптивность программы при реализации её в другом месте и в другое время» [15, с. 5]. Данная дефиниция включает в себя намёк на коммерческую тайну, окружающую успешные форматы: понятия «пакет информации» и «ноу-хау» не расшифровываются.

В основе формата лежит системная структура. Лингвисты-филологи называют такие образования «прецедентным текстом», ключевыми характеристиками которого являются «значимость, известность

(популярность) и возобновляемость» [16, с. 118]. Следует признать, что телезритель или сетевой пользователь, возвращающийся снова и снова к просмотру любимого произведения экранной периодики, признаёт *ценность* прецедентного текста, наслаждаясь его вариациями. Известность, популярность лишь подтверждают значимость формата и потенциальное богатство его воплощений.

Ещё один вариант описания ценностных характеристик зрительно-ориентированной модели повторяющегося экранного зрелища содержится в концепции Ю. Н. Арабова, которую сам он назвал *суггестивным подходом* (от англ. *suggestion* – «внушение») [17, с. 15]. Данная теория разработана применительно к блокбастерам как явлениям массового кинематографа, но по исходной модельной структуре она близка телевизионной периодике. Зритель готов воспринимать возобновляемый прецедентный текст при соблюдении трёх условий: *узнавания, доверия и субординации*.

Узнавание в теории Арабова согласуется всё с той же с идеей Д. С. Лихачёва о зрительской «концептосфере», которая обязательно должна включать встраивание увиденного в уже имеющиеся концепты: «Новое будет понято тем скорее, чем оно больше совпадает со старым» [Там же, с. 13]. Зрительское приятие (или отторжение) зрелища зависит от ценностных установок, далеко выходящих за пределы непосредственного восприятия конкретной информации. Форматы как прецедентные тексты «считываются» почти мгновенно, на эмоциональном уровне.

Доверие зрителя проистекает из привязанности зрителя к экранному герою как к интимному другу, эмпатии. Ю. Н. Арабов ещё называет это свойство «тайной исповеди», общей тайной. Доверяя образу персонажа, зритель доверяет и ситуациям, в которые тот попадает, и всей драматургии развития действия в кадре.

Субординация предполагает одностороннюю вертикальную коммуникацию автора со зрителем. В эстетике модерна это ключевой драматургический принцип, примат авторской воли, главное условие проявления творческого начала. В постмодернистских условиях классического эфирного телевидения авторы также диктуют свою волю, задавая алгоритм зрительского продвижения по пространству выпуска пе-

риодики в режиме непрерывного просмотра, «здесь и сейчас», требуя от аудитории следовать предложенным ей маршрутом. Но в случае телесмотра неоспоримая для кинопроизведения субординация зрителя нарушается драматургически: выпуск телепрограммы не завершается финалом, а демонстрирует открытость для продолжения. У. Эко называл подобный приём «неудавшимся катарсисом» [7, с. 56], «обнуляющим» финальный катарсический поворот. Необратимость достигнутых изменений, присущая классической кинодраматургии, «отменяется» применительно к периодике в связи с тем, что в следующем выпуске действие начнётся снова. При переходе аудиовизуального текста в интернет ревизии подвергается сам принцип зрительно-авторской субординации, поскольку в ходе просмотра любого сетевого текста зритель волен разрывать время, пропускать куски, осуществлять возвраты, смотреть выборочно, мелко, осуществляя процесс восприятия по своему усмотрению.

Ценностная составляющая форматно-генеративных моделей гораздо труднее поддаётся формализации по сравнению со структурными, стилистическими, индустриальными или семантическими компонентами. Но без консенсуса в области разделяемых ценностей между креаторами и потребителями экранных произведений сам акт коммуникации оказывается под вопросом. При этом приоритетом в выборе обладает зритель (пользователь): авторы лишены возможности *заставить* его потреблять информационное сообщение.

Лежащая в основе аудиовизуальной периодики форматная генеративная модель обладает ценностным статусом как в креативном, так и потребительском планах. Она демонстрирует эффективность драматургической конструкции, позволяющей не тратить творческие силы на обязательное изобретение новых сюжетных структур, а сосредоточить их на «обогащении вариаций», в частности, на поисках семантически-эксклюзивной информации. Для пользователя же форматная структура обеспечивает узнаваемость ценностно значимого информационного продукта, его отстраивание в глобальном медиапространстве, а также защиту от «информационного шума».

3. Определение ценностных характеристик драматургии аудиовизуаль-



ной периодики в условиях трансмедийности. Третьим результатом нашего исследования становятся перспективы изменения ценностных характеристик драматургии при переходе экранных медиа в цифровую среду. И здесь хотелось бы остановиться на двух наглядных примерах изменений: 1) на влиянии глобальных телеформатов (англ. *Global Formats*) и 2) веб-документалистике.

В последние десятилетия медиа-аналитики отмечают выраженный поворот исследовательского интереса к произведениям, ранее рассматривавшимся в свете сугубо экономико-индустриальном, а именно – к форматам, вовлеченным в оборот глобальной торговли (англ. *Global Format Trade*), то есть, в международный культурный трансфер. Как отмечает британский медиасоциолог Ж. Чалаби (*Jean K. Chalaby*), «форматная революция вынудила, наконец, телевидение заговорить собственным голосом и выработать только ему присущие техники и практики рассказа историй» [18, с. 8]. При этом ценностный статус глобальных форматов повышается в случае их удачной национальной адаптации, когда, по выражению того же Чалаби, «местное становится видимым, а глобальное – невидимым» [19]. Локальные аудитории оказываются вовлечены в проверку устойчивости национальных культурных традиций и приемлемости (или – неприемлемости) глобальных этических и эстетических ценностей.

Образуя поле новых исследований, глобальные ТВ-форматы демонстрируют ряд трендов, в частности, снижение роли ведущего телепрограмм и повышение статуса рядовых их участников. Такая смена ролей согласуется с массовым вхождением пользователей в Интернет в роли ведущих собственных ютуб-программ, то есть превращением их в «экранные существа», по образному выражению британского специалиста в области культурной глобализации А. Эссер (*Andrea Esser*) [20]. Профессиональные телеведущие в кадре, наоборот, теряют статус хозяина и демиурга, их сменяет множество рядовых участников, поставленных в искусственно драматизированные ситуации, примерами могут служить такие знаковые глобальные форматы, как «Голос» (*“The Voice”*). Растущее влияние получают так называемые «бессценарные» программы (*unscripted shows*), по большей части представляющие собой различные варианты реалити-шоу,

основанные на наблюдении за реакциями обычных людей в драматургических обстоятельствах неизбежности выбора.

Примерами программ подобного рода могут служить разного рода кулинарные программы, в последние годы привлекающие внимание аналитиков, например, «Адская кухня» (*“Hell’s Kitchen”*): «Становится понятным причина чрезвычайной популярности кулинарных шоу, в содержании которых есть открытое противоборство, непосредственное приготовление пищи отходит на второй план, а на авансцену выходит страсть, психологические столкновения соперников, а также драматичные конфликты единомышленников внутри команд» [21, с. 69–70].

Коммерческий международный обмен форматами демонстрирует художественную ценность заложенных в них генеративных моделей, ставших «прецедентным текстом» для множества вариативных национальных воплощений. «Научная ценность теории форматного трансфера заключается в том, что она встраивает технологию в конкретику социальной среды или системы» [22, с. 1000], – пишет финская исследовательница глобальных форматов Х. Кейнонен (*Heidi Keinonen*).

При переходе к созданию собственной аудиовизуальной периодики (видеоблога или ютуб-канала) телезритель обучается аудиовизуальной грамматике и драматургическим приемам на примерах ценностно близких ему телевизионных форматных решений. Появляясь в интернете уже в качестве автора, он оценивает не чужие усилия, а собственную креативную позицию: то есть те интерпретации, которые «генерирует сам реципиент» [23, с. 21]. Форматно-генеративная модель веб-периодики меняется по сравнению с телевизионной, но не исчезает, поскольку задачи узнавания пользователями и отстраивания новой медиапродукции не отменяются: «В случае веб-документалистики есть также особая специфика, связанная с близостью диспозиции «зритель – экран», и всеми вытекающими из неё интерактивными моментами управления темпоральностью видеоряда» [Там же, с. 22].

Заключение. Выбор канонических философско-эстетических дискурсов применительно к позиционированию экранной периодики любого рода важен для понимания общественных установок в оценке медиапродукции. Обращение к драматургическим



структурным основам аудиовизуальных произведений позволяет в новом свете взглянуть на ценностный подход к результатам творчества в области экранной периодики, переставшей быть уделом узкого профессионального сообщества, обретая силу масштабного социально-культурного явления.

Смена акцентов в ценностном позиционировании таких явлений, как неигровая ТВ-периодика, веб-периодика, мультимедийная периодика, открывает возможности по-новому оценить творческую состоятельность указанных медиапродуктов как самобытных феноменов. Условно-метафоричная переналадка научной «оптики» затрагивает в первую очередь переход с оценочных критериев характерной для XX в. эстетики модерна на категории постмодерна и метамодерна. Цивилизационную художественно-креативную ценность обретают богатство вариаций, эффективность стратегий авторско-зрительских коммуникаций, а также взгляд на произведение экранной периодики как на «искусственный организм», обладающий выраженным жизненным циклом.

Выявление драматургической основы генеративной модели произведения фор-

матной периодики открывает путь к новой научной эпистемологии, к синтезу контентно-семантических и функционально-модельных практик. Ценностный подход меняет методологические дискурсы оценок произведений аудиовизуальных медиа: с текстоцентричного на поликодовый, с авторско-субординационного на зрительско-ориентированный, со статичного анализа информационного наполнения в срезе отдельного выпуска на холистический анализ периодического произведения в динамике его развития.

Главенствующее значение ценностный подход приобретает в понимании процессов глобального культурного трансфера, сочетания новшеств и традиций, глобального и локального, национального и наднационального, в том числе – природы наднационального поликодового языка и роли визуального компонента в медиапространстве.

Результаты данного исследования могут быть использованы непосредственно в производстве аудиовизуальной периодики различной этиологии, в учебных процессах, связанных с медиакомпетенциями, а также для самообучения создателей непрофессионального веб-контента.

Список литературы

1. Самутина Н. В. Трансформация объекта как вызов науке о кино // Новое литературное обозрение. 2011. № 109. С. 62–81.
2. Уразова С. Л. Колебания медиарынка в эпоху коммуникационного изобилия // Вестник Всероссийского государственного института кинематографии. 2021. Т. 13, № 3. С. 134–137.
3. Лотман Ю. М. Структура художественного текста // Об искусстве. СПб.: Искусство-СПб, 1998. С. 14–285.
4. Маньковская Н. Б. От модернизма к постпостмодернизму via постмодернизм // Коллаж-2: социально-философский и философско-антропологический альманах. М.: ИФРАН, 1999. С. 18–25.
5. Аузан А. А., Архангельский А. Н., Лунгин П. С., Найшуль В. А. Культурные факторы модернизации. Текст: электронный // Доклад Фонда «Стратегия 2020». М.: РОССПЭН; СПб., 2011. URL: http://www.intelros.ru/pdf/kulturnye_factory_modernizacii.pdf (дата обращения: 02.12.2021).
6. Ворошилов В. Я. Феномен игры. М.: Советская Россия, 1982. 124 с.
7. Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна // Философия эпохи постмодерна: сборник переводов и рефератов / под ред. А. Усмановой. Минск: Красико-Принт, 1996. С. 48–73.
8. Ермолин Е. А. Трансметареализм, постреализм, метамодернизм и трансавангард как ситуативные характеристики русского литературного процесса в начале XXI века // XV Виноградовские чтения: материалы междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Н. М. Миркурбанов. М., 2019. С. 103–109.
9. Дмитриева К. Трансмедиа: один storyworld, много историй, много форм, много каналов // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. 2014. № 8. С. 42.
10. Ванченко Т. П. О методе моделирования телепрограмм // Вестник Всероссийского государственного института кинематографии. 2013. № 15. С. 128–138.
11. Уорт С. Разработка семиотики кино // Стрoение фильма: некоторые проблемы анализа произведений экрана: сб. ст. / сост., ред. К. Разлогов. М.: Радуга, 1985. С. 134–175.
12. Лихачёв Д. С. Концептосфера русского языка // Очерки по философии художественного творчества / Д. С. Лихачёв; Российская академия наук. СПб.: БЛИЦ, 1966. С. 493–505.
13. Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации. // Вестник Московского университета. Серия 10. «Журналистика». 2010. № 6. С. 42–51.



14. Moran Albert. Global Television Formats: Genesis and Growth // *Critical Studies in Television*. 2013. Vol. 8, is. 2. July 1. Pp. 1–19.
15. Moran Albert, Malbon Justin. *Understanding the Global TV Format*. Bristol: Intellect, 2006. 187 p.
16. Селютин А. А. Генеративная модель речетворчества в медиасреде: прецедентный текст и его рецепция // *Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки»*. 2018. № 3. С. 116–123.
17. Арабов Ю. Н. *Кинематограф и теория восприятия*. М.: ВГИК, 2003. 104 с.
18. Chalaby Jean K. Here to entertain us: How TV formats changed television // *Conference, Media Mutations – 9. – Dipartimento delle Arti. Bologna: Università di Bologna, May 2017*. Pp. 1–20.
19. Chalaby Jean K. Reflection i: Transnational TV Formats: Making the Local Visible and the Global Invisible // *Critical Studies in Television*. 2013. Vol. 8, no. 2. Pp. 54–56.
20. Esser Andrea. TV Formats: history, theory, industry and audiences. Editorial // *Critical Studies in Television*, Manchester University Press. 2013. Vol. 8, no. 2. Pp. 7–16.
21. Сиюхова А. М. Повседневные практики в дискурсе новых медиа (на примере кулинарных шоу) // *Наука телевидения*, 2020. № 16.1. С. 59–78.
22. Keinonen Heidi. Television Format as cultural technology transfer: importing a production format for daily drama // *Media, Culture & Society*. 2017. Vol. 39, no. 7. Pp. 995–1010.
23. Лоцманова С. Е. Тенденции развития документальных сериальных проектов для публичного видеохостинга YouTube // *Телекинет*. 2020. № 3. С. 21–28.

Сведения об авторе

Кемарская Ирина Николаевна, кандидат филологических наук, Академия медиаиндустрии; 127521, Россия, г. Москва, ул. Октябрьская, 105, корп. 2; e-mail: ink0620@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-7593-8042>.

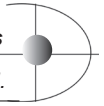
Для цитирования

Кемарская И. Н. Ценностные ориентиры драматургии аудиовизуальной периодики: перенастройка научной оптики // *Гуманитарный вектор*. 2022. Т. 17, № 1. С. 138–147 DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-138-147.

Статья поступила в редакцию 07.12.2021; одобрена после рецензирования 12.01.2022; принята к публикации 18.01.2022.

References

1. Samutina, N. V. Transformation of the object as a challenge to the science of cinema. M: *New Literary Review*, no. 109, pp. 62–81, 2011. (In Rus.)
2. Urazova, S. L. Fluctuations in the media market in the era of communication abundance. *Vestnik VGIK*, no. 3, pp. 134–137, 2021. (In Rus.)
3. Lotman, Yu. M. The structure of a literary text. Edited by Grigorieva R. G., Daniel S. M., Lotman M. Yu. *About art*. St. Petersburg: Art – SPb, 1998. (In Rus.)
4. Mankovskaya, N. B. From modernism to post-postmodernism via postmodernism. In *Collage-2: socio-philosophical and philosophical-anthropological almanac*. M: IFRAN, 1999. (In Rus.)
5. Auzan, A. A., Arkhangelsky, A. N. Lungin, P. S., Naishul, V. A. Cultural factors of modernization. Report of the Strategy 2020 Foundation. Moscow, St. Petersburg: 2011. Web. 02.12.2021. http://www.intelros.ru/pdf/kulturnye_factory_modernizacii.pdf (In Rus.)
6. Voroshilov, V.Ya. Game phenomenon. M: Soviet Russia. 1982. (In Rus.)
7. Eco, U. Innovation and repetition. Between the aesthetics of modernity and postmodernity. Edited by Usmanova, A. *Philosophy of the postmodern era*. Minsk: Krasiko-Print, 1996: 48–73. (In Rus.)
8. Yermolin, E. A. Transmetarealism, post-realism, metamodernism and transavant-garde as situational characteristics of the Russian literary process at the beginning of the 21st century. *Proceedings of the International Conference XV Vinogradov's Readings*. M: 2019: 103–109. (In Rus.)
9. Dmitrieva, K. Transmedia: one story world, many stories, many forms, many channels. *Broadcasting. Television and radio broadcasting*, no. 8, pp. 42, 2014. (In Rus.)
10. Vanchenko, T. P. On the method of modeling TV programs. *Vestnik VGIK*, no. 15, pp. 128–138, 2013. (In Rus.)
11. Worth S. The Development of a Semiotic of Film. Ed. by Razlogov K. *The structure of the film: some problems in the analysis of screen works*. M: Rainbow, 1985: 134–175. (In Rus.)
12. Likhachev, D. S. *Conceptosphere of the Russian language. Essays on the philosophy of artistic creativity*. SPb. Russian-Baltic Information Center BLITs, 1966: 493–505. (In Rus.)



13. Kachkaeva, A. G. Genres and formats of modern television. Consequences of transformation. Vestnik MSU, no. 6, pp. 42–51, 2010. (In Rus.)
14. Moran, Albert. Global Television Formats: Genesis and Growth. Critical Studies in Television, July 1, vol. 8, pp. 1–19, 2013. (In Engl.)
15. Moran, Albert, Malbon, Justin. Understanding the Global TV Format. Bristol: Intellect, 2006. (In Engl.)
16. Selyutin, A. A. Generative model of speech creation in the media environment: precedent text and its reception. Northern (Arctic) Federal University Vestnik. Humanities and social Sciences, no. 3, pp. 116–123, 2018. (In Rus.)
17. Arabov, Yu. N. Cinematography and the theory of perception. Manual. M: VGIK, 2003. (In Rus.)
18. Chalaby, Jean K. Here to entertain us: How TV formats changed television. Proceedings of the Conference, Media Mutations – 9. Dipartimento delle Arti, Università di Bologna, May 2017: 1–20. (In Engl.)
19. Chalaby, Jean K. Reflection i: Transnational TV Formats: Making the Local Visible and the Global Invisible. Critical Studies in Television, no. 2, pp. 54–56, 2013. (In Engl.)
20. Esser, Andrea. TV Formats: history, theory, industry and audiences. Editorial. Critical Studies in Television, Manchester University Press, no. 2, pp. 7–16, 2013. (In Engl.)
21. Siyukhova, A. M. Everyday practices in the discourse of new media (on the example of culinary shows). Science of Television, no. 16.1, pp. 59–78, 2020. (In Rus.)
22. Keinonen, Heidi. Television Format as cultural technology transfer: importing a production format for daily drama. Media, Culture & Society, vol. 39, pp. 995–1010, 2017. (In Engl.)
23. Lotsmanova, S. E. Trends in the development of documentary serial projects for public YouTube video hosting. Telekinet, no. 3, pp. 21–28, 2020. (In Rus.)

Information about author

Kemarskaya Irina N., Candidate of Philology, Media Industry Academy; 105 Oktyabrskaya st., b. 2, Moscow, 127521, Russia; e-mail: ink0620@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-7593-8042>.

For citation

Kemarskaya I. N. Value Orientations of the Audiovisual Periodicals Dramaturgy: Reconfiguring Scientific Optics // Humanitarian Vector. 2022. Vol. 17, No. 1. PP. 138–147. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-1-138-147.

Received: December 7, 2021; approved after reviewing January 12, 2022; accepted for publication January 18, 2022.