

УДК 070:791.43
DOI: 10.17223/26188422/9/6

М. А. Мясникова

ЖИЗНЬ РЕГИОНОВ В ЭКРАННОМ ВОПЛОЩЕНИИ: «РАСКОДИРОВАНИЕ» ТЕРРИТОРИЙ

Выявлена возрастающая роль экранной культуры в презентации жизни регионов в пользовательском интернет-контенте, федеральных и региональных СМИ, в документальном кино, где так или иначе происходит расшифровка «культурных кодов» территорий и страна «встречается со страной». Описаны методы такого «раскодирования» в двух проектах: «Код города» и «Портрет города». Подчеркивается необходимость выявления локальной идентичности с помощью традиционных и новых медиа.

Ключевые слова: экранная культура, медиа, регионы, код города, портрет города, раскодирование территорий

Постановка проблемы: аксиология локального

В связи с переформатированием всей системы российского телевидения в ходе его цифровизации и оптимизации на региональных каналах наблюдаются тенденции к уменьшению объемов эфирного времени, ограничению производства собственных программ, снижению качества контента. Ощутимы нехватка техники и квалифицированных кадров, недостаточность финансирования, зависимость от властей. Во многом сократилась и деятельность местных студий документального кино. В этих условиях заметную активность в экранном воплощении жизни регионов начинают проявлять не только профессионально оснащенные новые городские медиа, но и отдельные пользователи. При этом меняется «аксиология локального». «Ценность места утверждается не через апелляции к “славному” прошлому, не через обращение к именам великих, освятивших место своим пребыванием, что было характерно для поисков ресурсов локальной идентичности в 1990-е, начале 2000-х <...> Историческая память как ресурс идентичности и ценности локального, разумеется, не отбрасывается. Но она используется лишь как один из инструментов освоения и обустройства места твоей сегодняшней жизни <...> Соответствен-

но, акцент переносится на освоение сегодняшней повседневности места, где ты живешь, умение увлеченно видеть его фактуру и увлекать ею других» [1. С. 17]. Более того, меняются оптика взгляда и целеполагание: не предъявить родной регион условному туристу, а «увидеть свое, повседневное интересным для себя самого» [2].

Таким нередко предстает сегодняшний подход к регионам *изнутри*. Этот взгляд на самих себя глазами региональных журналистов, документалистов или местных блогеров, соотносящих себя и свою жизнь с жизнью региона в силу генетического знания своей территории, оказывается ближе к потребителю. Но есть и иной подход, так сказать, *извне*, с позиций других территорий страны и центра, с одной стороны, или приезжих иностранцев – с другой. Это то визуальное представление о регионах, которое мы получаем из программ федеральных телеканалов, из документального кино, из специальных видео- и кинопродуктов, выкладываемых в интернете.

Так или иначе, во всех упомянутых случаях в процессе создания профессионального или пользовательского контента происходит «раскодирование» (открытие, идентификация, познание) своих или чужих территорий. Цель нашего исследования – осмысление некоторых методов такого раскодирования, осуществляемого через визуальную презентацию означенных территорий в традиционных и новых медиа. Методы же, примененные нами для достижения указанной цели, – это наблюдение, интервьюирование, анализ социологических данных и научных публикаций по теме, учебное проектирование, сравнение и сопоставление подходов. Среди использованной литературы присутствуют научные труды по культурологии, регионоведению, медиалогии, медиаобразованию, визуальной антропологии и экранной культуре. Их число и достаточное разнообразие свидетельствуют об актуальности исследуемой нами темы.

Экранная культура

Благодаря развитию технологий экран стал в последнее время главным средством связи и окном в мир, возможностью перенестись на огромные расстояния, чтобы увидеть жизнь и «других», и самых близких нам людей. Причем не только малый, мобильный или домашний экран, но и большие уличные, городские экраны, огромные цифровые панно с движущимся изображением, входящие в новые

видеоинформационные системы (ВИС), ставшие частью «экранной площадной культуры», по терминологии исследователя телевидения В. Л. Цвика [3. С. 182]. Особенно сильно значение экранной культуры проявилось в 2020 г. в связи с пандемией Covid-19, когда резко сократилось привычное, непосредственное общение людей. Экраны на время заменили нам живые контакты друг с другом, став для многих категорий граждан главными инструментами профессиональной деятельности, а для кого-то – настоящим спасением от одиночества и хандры в период вынужденной самоизоляции, закрытости территорий и ограниченности передвижений, дав возможность человечеству все-таки перемещаться (хотя бы виртуально) с одного конца земли на другой, из одной эпохи в другую, из зимы в лето, из лета в зиму, преодолевая границы времени и пространства.

«“Живая” реальность все чаще находит отражение в принципиально новой – экранной форме, которая становится едва ли не ведущим признаком повседневности нашего бытия», – писала исследователь экранных коммуникаций С. Уразова еще в 2010 г. [3. С. 182]. Кроме выполнения простой, утилитарной функции общения между людьми, экран начинает играть решающую роль во всех сферах человеческой деятельности, в демократизации культуры и развитии ее новых форм. Как отмечала специалист по медиакультуре и медиаобразованию Н. Кириллова, экранная культура привнесла «...новый тип общения, основанный на возможностях свободного выхода личности в “информационное пространство”». Свободное распространение информации сделало медиaprостранство постоянным местом встречи людей, ищущих созвучие себе в бескрайнем информационном мире, позволило ощутить специфику многомерности разных культур, стало основой нового мышления... Приоритетность экранной культуры возросла во всем мире» [4. С. 201]. И сейчас она развивается колоссальными темпами.

Вместе с тем эта культура вызывает непредсказуемые технические, экономические, социокультурные последствия; ускоряя распространение информации в мире, ведет к ее фрагментации и децентрализации. «С одной стороны, медиа усиливают и разнообразят человеческие возможности, с другой – искажают действительность, разнообразят информацию, но упрощают ее» [5. С. 59].

«Считается, что экранный образ фотографичен. Он подробен, детализирован, завершен и максимально приближен к оригиналу. От-

сюда – столь же максимально сниженная (если не вообще отсутствующая) активность воображения. Экранное действие, словно протертая пища, проникает в нас прямо по назначению – «смотрение подобно глотанию» [6. С. 30].

Так порой считается, но это вовсе не так. Процесс визуализации характеризуется и объективно неполным воспроизведением «живой» реальности или субъективным ее искажением, и несоответствием воспринятого его пониманию в силу недостатка визуальной культуры у самих воспринимающих. А между тем коммуникация стала многосторонней, чему, безусловно, способствовали интернет и его сетевое пространство. Сегодня буквально все не только поглощают, но и производят визуальную информацию. Хотя этому никого специально не учат. В школе по-прежнему ориентируются в основном на слово. А между тем просвещать надо и снимающих, и воспринимающих.

Как пишет эксперт по аудиовизуальной информации Б. Лебедева, в ходе обучения будущих тележурналистов обнаружено, что «клише социальных сетей резко сужает наблюдательные и избирательные навыки будущего журналиста и перспективы его воображения. При большом потоке информации молодые люди теряются, им сложно сделать выбор данных, развить экспозицию фактов до кульминации и развязки. <...> Клиповость мышления современной молодежи мешает... воспринимать действительность в ее полноте и многогранности» [7. С. 492].

Что уж говорить о той части снимающих, которая не стремится овладеть профессиональными навыками в области экранной культуры! Хотя непрофессиональные видеоблогеры, создавая видеоконтент, чувствуют себя вполне свободными, так как не считают себя обязанными подчиняться правилам. Более того, как утверждает исследователь телевидения А. Шестерина, они начинают влиять и на работу профессионалов. На телевидении это проявляется в усилении роли автора, в более активном использовании средств эмоционального воздействия на аудиторию, приемов «репортажной камеры», нестандартных ракурсов и панорамирования, любительских методов съемки и съемки с камеры видеонаблюдения, игры с яркостью, контрастностью, фокусом, в применении графики и т.д. [8. С. 514]. Да и воспринимающую публику все чаще привлекает именно блогерский контент. Как пишет социолог Н. Мальцева на основе анкетирования 358 жителей г. Тюмени в возрасте от 18 до 34 лет, «почти половина респондентов затрачивают на просмотр видеоблогов от 2 до 4 часов еже-

дневно, что свидетельствует о довольно высоком уровне включенности аудитории в этот процесс» [9. С. 43]. Пользователи имеют возможность в соответствии со своими интересами выбирать понятный и доступный им, вызывающий доверие видеоконтент в любое время и в неограниченном количестве.

Регионы: взгляд изнутри и снаружи

Как было сказано выше, существуют разные подходы к изучению регионов. Среди них можно обнаружить по существу противоположные позиции. Одни люди полагают, что «все малые и средние российские города похожи один на другой» [10], что налицо дефицит идентичности, аморфность и гомогенность российского пространства. Более того, порой складывается впечатление, что и «сами жители очень редко знают особенности своего города. Проведите небольшой эксперимент – когда приедете в какой-нибудь город, спросите у жителя, чем ваш город особенный или куда сходить, он задумается, скажет: сходите в городской парк. Даже у жителей города есть ощущение, что мы все живем в семиотически однообразной стране» [10]. Однако высказывается и другое мнение, что наши города, наоборот, чрезвычайно разнообразны, просто аналитики в первую очередь хватаются «за то, что между ними общего, похожего – эта модель (что все кругом одинаково) позволяет нам легче объяснять нашу действительность» [10].

При этом взгляд *со стороны* нередко бывает довольно привлекательным для аборигенов, поскольку позволяет смотреть новыми глазами на вещи, им хорошо знакомые и привычные. Особая задача здесь стоит перед федеральными СМИ. «Формирование позитивного имиджа страны напрямую зависит от формирования образов ее регионов – это способствует консолидации общества, укреплению национальной идеи, утверждению самосознания людей как граждан этой страны и упрочению чувства гордости за нее», – пишет исследовательница телевидения А. Хлызова [11. С. 63]. А другой специалист в этой области А. Максим добавляет: «Именно сообщения из регионов зачастую разнообразят эфир современных российских федеральных новостей, формируя законченный облик информационной передачи» [12].

Считается, что общенациональные СМИ «должны способствовать созданию единого информационного пространства, но также должны выступать фактором взаимодействия всех субъектов федерации» [13. С. 3].

Вместе с тем исследователи отмечают, что «взаимодействие с регионами не представляет собой магистральную линию в работе общероссийских печатных периодических изданий, что не способствует созданию единого информационного пространства России... Региональная повестка в общедоверальных СМИ является периферийной и не совсем отражает реальную картину жизни крупного регионального города» [13. С. 13].

Может быть телевидение в этом плане более эффективно? Ведь именно оно «сохраняет всю систему российской жизни» [14. С. 129]. Интернет вряд ли способен объединить большие массы людей, поскольку собирает их в отдельные страты. Однако исследования телевизионной репрезентации образов регионов России на федеральных экранах также свидетельствует «о несбалансированности региональной составляющей новостного потока, о географической неравномерности освещения событий, происходящих в разных частях страны, о тематической и жанровой неоднородности материалов о различных регионах» [11. С. 70]. В новостях жизнь регионов показывается фрагментарно, в зависимости от степени их вовлеченности в общероссийские процессы, в связи с отдельными политическими поводами, памятными датами, трагическими событиями, природными катаклизмами, с оперативностью журналистов, с интересами телеканалов и их связями с региональными информационными агентствами. «Достаточно даже беглого взгляда на информационную картину, которую предлагают выпуски федеральных теленовостей, чтобы понять, что образы регионов формируются неоднородно и необъективно. Большинство тем выхватывается точно, в зависимости от того, какой вопрос приобрел публичность в данный момент, в то время как другие проблемы, лежащие на поверхности, могут оставаться незамеченными» [12], — пишет Анастасия Максим, фиксируя стереотипность информационных поводов, преобладание негативной информации, фрагментарность информационного охвата регионов.

Причем, как подчеркивает другая исследовательница телевидения Ю. Долгова, «если в информационных передачах задача консолидации не выполняется, то в программах других форматов в сегменте развлекательного телевидения она превращается в дисфункциональное явление, усиливающее противопоставление центра регионам» [15. С. 77]. Что касается публицистических программ о региональной жизни в сетке крупнейших федеральных телеканалов, то они, по мне-

нию той же исследовательницы, «случайны и стоят в самое невыгодное время» [15. С. 73]. И вообще на большинстве телевизионных каналов не хватает «серьезных проблемных репортажей как о столичной, так и о региональной жизни, которые часто подменяются сюжетами и документальными драмами криминальной тематики» [15. С. 79]. «В общей массе материалов ощущается недостаток сюжетов об историях людей и особенностях жизни в регионах» [12], – резюмирует Анастасия Максим.

Канал «Россия К» («Культура») с его просветительскими и художественными программами освещает жизнь регионов именно с федеральной точки зрения. Но жизнь территорий России предстает в них экзотической, порой просто оторванной от современной российской действительности, будто застывшей в прошлом веке, а люди выглядят, как сказал бы В. М. Шукшин, чудиками. Эти программы вряд ли способны решить проблемы консолидации и интеграции страны, о которых было сказано выше. В числе подобных программ можно упомянуть «Письма из провинции», «Пряничный домик», «Моя любовь – Россия!», «Ехал грека. Путешествие по настоящей России», где у зрителей есть возможность познакомиться с разнообразием традиций и древних обычаев народов нашей страны, но не с проблемами и трудностями повседневной жизни современной российской провинции.

Характерно, что в двух последних из названных циклов, относящихся к разряду трэвел-программ, с жизнью регионов нас знакомят иностранцы – Пьер-Кристиан Броше, французский путешественник и издатель, двадцать лет живущий в нашей стране, до сих пор не утратив свой французский акцент («Моя любовь – Россия!»), и выпускник Российской академии театрального искусства грек Димитрис Георгиадис, восторженно и простодушно открывающий нам на экране то знаменитые города нашего «Золотого кольца», то русский Север («Ехал грека. Путешествие по настоящей России»). Циклы часто повторяются, так как сделаны весьма изобретательно, операторская работа безупречна, ведущие обаятельны. И все же впечатление от обеих программ такое же, как от посещения сувенирной лавки – все очень ярко, красиво, но это – всего лишь познавательные экскурсии с гидами-иностранцами, позволяющими нам взглянуть на самих себя со стороны. При этом их интерес к российской глубинке, этнографии и народным промыслам вполне искрен и доброжелателен.

Кроме канала «Россия К» («Культура»), существует и другой альтернативный государственно-коммерческому вещанию канал – «Общественное телевидение России» (ОТР). В числе задач данного канала – защита значимых общественных интересов, развитие самосознания человека, формирование гражданского общества, вовлечение людей в положительную социальную и культурную практику. Канал декларирует привлечение к работе непрофессиональных корреспондентов с мест. Однако все это не решает проблемы раскрытия «культурных кодов» регионов и для них самих, и для страны. Для успешного функционирования общественного телевидения необходим взаимобмен контентом и развитие целой сети региональных станций, способных знакомить нас с жизнью территорий опять-таки не только в плане ярких туристических достопримечательностей, но и с точки зрения повседневного существования людей.

Образ регионов в документальном кино

В выявлении культурных кодов регионов участвуют и студии документальных фильмов, редко демонстрируемых по телевизору, предназначенных в основном для фестивальных показов. Такое кино – явление многослойное. В центре его внимания – реальные люди в реальном мире. Но это – не только актуальное зрелище или способ продвижения идей, не только фиксация жизни во всей ее непредсказуемости, но прежде всего искусство и ценность для зрителя. Споры об экранной документалистике ведутся с самого начала ее возникновения.

«Истинное документальное кино, как известно, отличается от телевизионного продукта умением, способностью авторов выйти за пределы информации, обращением не столько к рассудку, сколько к чувству человека. Способностью достучаться до зрителя через эмоцию, научив его науке сопереживания» [16. С. 255], – резюмирует журналист, сценарист, режиссер Г. Н. Шеваров. Экранная документалистика в лучших своих образцах способна обогащать духовный мир человека, расширять его кругозор, давать подлинные жизненные и эстетические ориентиры. По мысли одного из основателей и теоретиков телекино, сценариста и режиссера Игоря Беляева, «телевидение отражает жизнь, отражает действительность, а кино изображает» [17. Т. 1. С. 11]. В отличие от описанных выше «открыточных» телепередач, документалистика по определению делает ставку на проблемы, не замыкается

в рамках того или иного формата, не требует закадрового комментария, больше доверяя изображению, чем слову. «Духовная материя прямой трансляции не подлежит, – продолжает И. Беляев. – Наша профессиональная задача состоит в том, чтобы из факта, из документа, из бездушного предмета создать образ, наполненный духовной материей» [17. Т. 1. С. 12].

Ряд студентов и выпускников факультета журналистики УрФУ стали режиссерами-документалистами. Для них очевидны различия между экранной документалистикой и телепублицистикой. Так, режиссер Андрей Титов, журналист по образованию, сравнивает документальное кино с марафоном, замечая, что последний обладает не такой реактивностью, как стайерская дистанция (в которой он видит аналог журналистики). Марафонцу присуще «большее понимание дистанции и умение распределить свои силы <...> В документалистике информация не является самоцелью. Герой замолчал не потому, что ему нечего сказать, а потому, что он задумался. В кино есть время на паузу <...> В документальном кино герой – это первооснова. Есть герой – значит, будет фильм. Нет героя – ничего потом не помогает <...> Наш зритель больше заинтересован в ощущении территории и в погруженности в жизнь героя» [18. С. 113–114]. И еще: «Моя формула документальной драматургии такая: из пункта А в пункт Б вышла душа, и вот что с ней по дороге случилось. А далее важно понять, какие поступки выявляют характер человека» [18. С. 114]. Для другого режиссера-документалиста – Евгения Григорьева – документальный фильм – «сложно организованная, весьма прочная и хитрая конструкция» [18. С. 122]. А по словам режиссера Никиты Сутырина, делать документальный фильм, значит, «уходить от гипертрофированной объяснительности и нарративности повествования в сторону большей изобразительности, учиться создавать атмосферу, настроение и психологический портрет героя невербальными аудиовизуальными средствами» [18. С. 127].

Любимые «объекты» отражения в документальном кино еще со времен Р. Флаэрти – люди, живущие в местах, географически удаленных от большого социума. Таков герой картины «Леха online» (реж. Е. Григорьев) – шестнадцатилетний крестьянин, живущий в глухой уральской деревушке с родителями, бывшими горожанами, с трудом приспособившимися к тяжелому физическому труду. Леха кормит семью, занимаясь охотой и рыбалкой. «В результате зрители обнару-

живают в нем человека нравственного и духовного, способного указать и им путь, как жить и выжить, когда все вокруг жалуются и просят о помощи» [19. С. 64].

Картины Юлии Киселевой «Солнечный день» (2008) и «Детство на берегу реки» (2014) рассказывают о девочке из отдаленной деревни, расположенной в республике Коми. В первой ленте героиня – единственный ребенок в деревне, где даже телевизор не работает из-за перебоев с электричеством. Поэтому и учится в школе одна. «Но рассказывает о своей жизни в деревне, искренне радуясь плывущим по небу облакам и обещая, что, когда вырастет, обязательно построит здесь больницу» [19. С. 64–65]. Однако в следующей картине повзрослевшая на шесть лет героиня уже стремится уехать из деревни. Как все. Хотя и этот фильм – не о тяжести жизни в глубинке, а о вере в ее спасение.

Персонажи еще одной картины, которая так и называется: «Глубинка: 35х45» (реж. Е. Соломин, 2009), обитают в родных краях всю жизнь и продолжают жить здесь, хотя вместе со всей страной сумели не просто переехать из Советского Союза в новую Россию, но и перейти в новую эпоху. Вот почему теперь они вынуждены заново удостоверять свои личности и фотографироваться на новые российские паспорта. Документальная камера внимательно всматривается в их лица в момент запечатления. «С одних плеч на другие “кочует” пиджак. Девяностодвухлетней старушке тоже приходится получать новый паспорт, иначе не будет пенсии. За каждым кадром – биография. А в конце мы видим сжигаемые в печи... старые советские паспорта – символ грустного прощания не только с прошлым, но и с личным... Камера чутка и сочувственна к этим людям. Сочувствием проникаются и зрители» [19. С. 57–58].

Персонажи этнографических лент тоже живут на экране вдали от цивилизации не пустой и не праздной жизнью. Авторы изучают и показывают нам их национальные корни и жизненный уклад. Среди них – героиня фильма «Маленькая Катерина» (реж. И. Головнев, 2004) – крошечный хантыйский ребенок, чьи два года жизни наполнены неповторимыми моментами взросления и познания первозданной природы, на которую неумолимо наступает цивилизация с ее нефтяными работками и строящимися вышками. Другой персонаж – ненецкая писательница Анна Неркаги (реж. Е. Головня, 2012). Ее фамилией, в переводе означающей «род негнущихся», и назван фильм. Анна тверда и упорна в стремлении сохранить свою национальную культуру и воспи-

тать достойную смену. Усыновила и воспитывает почти 40 ненецких детей, прививая им любовь к родному языку и краю, приобщая к труду. «Кто обыденность и повседневность превратит в праздник, тот и будет здесь жить» [19. С. 68], – уверена она.

А. Трухина пишет: «...цивилизованный мир, потрясаемый экономическими кризисами, настойчиво интересуется своими окраинами, по-прежнему поражаясь стойкости их вполне счастливых обитателей, но и не забывая о богатствах их недр. Поэтому вышеперечисленные документальные фильмы не только показывают нам этих людей, но и бьют тревогу. Выживут ли они в новых условиях? Не упадут ли под напором наступающей на них цивилизации?» [19. С. 67].

Таков заряд сильной отечественной документалистики, интересующейся сегодня, конечно, не только сельской местностью и ее экзотикой, но и жизнью обычных российских городов, больших и маленьких. И здесь опять-таки возникает прежний вопрос: как определить особенность каждого? Специалисты, занимающиеся проблемой «раскодирования» городов и весей, говорят, что «город – это люди, городское сообщество невероятно разнообразное. Для одних поколений или для одних людей – старые карусели и куст сирени, а другие люди, как и краеведы, в первую очередь, поведут вас к каким-то памятным местам. То есть это очень разное восприятие. В этом смысле гораздо важнее для идентичности человека то, что значит этот город <...> Город не только связывает людей между собой, но и связывает их со страной <...> С моей точки зрения, не все зависит от города, от материальной среды, многое – и от людей, которые там живут» [10], – говорит социолог, урбанист, ведущий научный сотрудник Института географии РАН Ольга Вендина.

Проект «Код города»

Группа молодых документалистов во главе с упомянутым выше режиссером Евгением Григорьевым и продюсером Анной Селяниной несколько лет назад запустили кинопроект «Код города», который был в тот момент связан с федеральной программой по строительству в городах с населением до 500 тысяч человек «Домов новой культуры» (ДНК).

Анна Селянина: «Первыми среди них стали Калуга, Первоуральск и Владивосток. Куратор Первоуральска Алиса Прудникова пригласила нас помочь собрать аудиторию вокруг строящегося ДНК. Мы с Женей предложили провести кинолабораторию <...> Ребята сняли

50 историй... Мы выбрали из них 12 и объединили в фильм-альманах, чтобы отчитаться кинопоказом перед первоуральцами и проектом <...> Чтобы снимать кино про свой город, ты должен его любить, какой бы он ни был» [20].

Евгений Григорьев: «Это не значит, что нужно его бесконечно хвалить. Город состоит не из зданий, а из историй и людей. Если я связываю свое будущее с этим городом, значит, я буду здесь жить, мне не все равно <...> Мы выбирали людей, которые связывают свое будущее с этим местом. Какой смысл вкачивать энергию, знания и время в того, кто уедет? Одна из целей первоуральской программы – чтобы сталкеры обросли горизонтальными связями в городе <...> Сталкер – это проводник по неизвестной территории, Зоне. Мы рассматривали город как нечто подобное. У наших сталкеров разный возраст, социальный уровень и опыт: архитектор и мерчендайзер, человек с высшим образованием и без. Для каждого из них мы придумывали индивидуальную образовательную траекторию <...> Мы хотели сделать проект, благодаря которому город стал бы привлекательным для самих жителей, разбудить что-то личное в каждом участнике лаборатории <...> Мы хотели сделать медийным закрытый город, где жители больше знали о федеральной повестке, чем о происходящем в соседнем дворе» [20].

Руководители проекта проводили занятия по экранной культуре, и результат оказался обнадеживающим: когда посмотрели выполненные работы участников, то обнаружили прекрасных людей из другого, неизведанного мира, которые умеют мыслить и переживать. Строился проект на основе конкретных личных историй.

Евгений Григорьев: «Я хотел узнать, может ли получиться кино у дилетантов. Оказалось, что они могут снять если не кино, то хотя бы высказывание <...> Это было условием нашей сделки – мы даем бесплатную образовательную программу, а они нам – свои искренние и настоящие истории. Мы не сумасшедшие, понимали, что за короткое время сложно научить снимать полноценное кино, но можно обучить изъясняться киноязыком. Для всех людей киноязык – иностранный, как английский. Можно, конечно, поплавать в прекрасном изображении, звуке, интересной истории, но так и не понять глубины замысла автора, потому что, помимо эффекта Кулешова, киноязык приобрел множество других эффектов. Особенно это актуально для маленьких городов, где люди смотрят кино в одиночестве и не могут учиться друг у друга культуре просмотра» [20].

А потом эксперимент удалось продолжить в Ростове-на-Дону. Там восемь молодых жителей сняли короткие истории о родном городе, а за ними вновь наблюдала съемочная группа под руководством Е. Григорьева. В конце при поддержке Министерства культуры РФ из полученного материала получился фильм «Напротив Левого берега», в котором были отражены наиболее яркие культурные коды города Ростова-на-Дону. Но уже после съемок в Первоуральске авторы проекта поняли: чего-то не хватало.

Анна Селянина: «Мы до конца не знали, как показать чужой город. У наших проводников тоже субъективный взгляд на свой двор, нет целостной картины. Тогда мы пригласили в команду профессиональных урбанистов и социологов. В Ростов с нами ездил Дима Соловьев из исследовательской компании «Радость понимания», у которой есть своя методика раскодирования городов. Прежде чем поехать в Ростов, мы сделали внешнее исследование города. В этом нам помогала социолог Леля Жвирблис. Мы проводили анкетирование и собирали кучу информации при помощи различных социологических инструментов, чтобы выявить внешние коды. По сути, это стереотипы о городе <...> После, уже в Ростове, мы проводили раскодирование города – ездили по нему вместе с экскурсоводом и участниками, получая очень много интересной информации, которая связывает настоящее сталкеров и прошлое города. Ночью мы с Димой Соловьевым все это разбирали по темам, на следующий день уточняли какие-то коды и звали экспертов из города. После раскодирования мы объединили внешние и внутренние коды и сформировали своеобразную ментальную карту кодов, чтобы найти какие-то пересечения... Код города нельзя зафиксировать один раз, он все время меняется» [20].

Начиная работу в следующем городе, создатели проекта сначала провели внешний опрос – как выглядит город Ростов-на-Дону в глазах других жителей страны – и выяснили, *что* знают об этом городе те, кто туда приезжал или никогда не приезжал. Из анкеты становилось ясно: «наш человек или не наш».

Евгений Григорьев: «В Первоуральске из 18 человек осталось 10, и в фильм вошло 12 новелл. В Ростове было 16 человек, из них “выжило” 8. Столько же новелл и в фильме. <...> Я уже придумал схему для третьего и четвертого “Кода города”, они не будут повторяться. Эти истории витают в воздухе, и сейчас камера на iPhone в четыре раза лучше по разрешению, чем та MiniDV, на которую я снимал свой первый

фильм, получивший приз Кинотавра в 2000 году. Поэтому доступность элементной базы кинематографа порождает схожие идеи. В мире таких примеров масса, другое дело, кто как к этому подходит» [20].

Фильм «Напротив Левого берега» был в кинопрокате. А затем состоялась сценарная лаборатория в Красноярске.

Анна Селянина (Медведеву): «Мы начали на Красноярской ярмарке книжной культуры, куда нас позвала Ирина Прохорова, и там у нас случилось нововведение в проект. После раскодирования города и внешнего опроса результаты (коды, протокоды города, которые мы получаем) мы вывесили на суд горожан, которые приходили на книжную ярмарку покупать новую литературу, слушать лекции. И в том числе они подходили к нашему стенду, очень долго смотрели, фотографировали, рассматривали всякий стикер, спорили с нами, говорили, что все не так, мы им давали стикер, и они дописывали туда то, что хотели. Эта часть проекта для меня оказалась очень важной. Например, про Красноярск мы вообще ничего не знаем, кроме того, что там есть Енисей, Столбы, что это далеко, что там холодно <...> мифы и догадки. И это не просто 15 молодых сталкеров высказывают свои эмоции, а это город отреагировал на наши исследования. Это было интересно, мы это все обрабатываем» [10].

Из нашего личного интервью с Анной Селяниной стало ясно, что молодым документалистам очень хочется продолжить этот проект. Они и сейчас открыты другим городам. Все упирается в желание самих регионов и, естественно, в финансирование. Главный вывод сформулировал политолог и телерадиоведущий Сергей Медведев: «Сколько городов, столько и историй... Не красна страна державными символами и площадями, а красна именно своими регионами, своими малыми и средними городами, в которых люди хотят оставаться и жить» [10].

«Портрет города» для сетевого издания

Напоследок упомянем и о студенческом проекте, уже не первый год осуществляемом нами на журфаке Уральского федерального университета. Подробно об этом мы докладывали на Международной научно-практической конференции «Новые городские медиа в медиаландшафте России», проходившей в Перми 1–2 июня 2018 г. на базе Пермского государственного национального исследовательского университета [21].

Наш проект называется «Портрет города» и вызван давно назревшей необходимостью внести подлинно эстетическое начало в освеще-

щение жизни регионов новыми медиа на фоне деятельности традиционных региональных СМИ, как правило, нацеленных на «голую» информацию бытового, нередко негативного характера, а не на формирование позитивной городской среды. «Местный продукт скуден, причем не только из-за непрофессионализма его создателей. Под воздействием сознательной, преимущественно общегосударственной политики он сведен к нескольким строго заданным позициям: новости, реклама, PR местных властей. Рядом же совершенно отсутствуют художественные программы, ориентированные на производство эстетически организованного городского пространства, на формирование идентичностей и творческих сообществ» [21. С. 157]. Вот почему и возник наш проект для городского сетевого издания.

Студентам второго курса департамента «Факультет журналистики» УрФУ дается задание снять на телефон, смонтировать, озвучить и снабдить титрами короткую видеоминиатюру на темы: город, городская среда и события, городские сообщества и персоны. Проект связан с жанром зарисовки, маленьким телевизионным фильмом, где образность обычно преобладает над информационностью. На экране – видовые съемки. Видеозарисовкам не требуется словесного комментария. Тем большие требования предъявляются к видеоряду, музыкальному сопровождению, шумам. Надо сказать, что на телевидении этот жанр сегодня забыт довольно основательно. Заполнявший прежде паузы между передачами, он совершенно вытеснен рекламой на всех каналах. А между тем он несет в себе две важные социальные функции: воспитывать визуальную зрительскую культуру и, как ни странно, успокаивать зрителей, возвращать им душевное равновесие, оказывать благотворное терапевтическое воздействие на их психику. Слишком много негативных эмоций обрушивается на людей каждую секунду, что вредно сказывается на их душевном состоянии. Задуматься об этом важно всем нам.

Вместо заключения: что ждет нас в будущем

Видеоконтент (и профессиональный, и пользовательский) с течением времени становится все более востребованным аудиториями больших, средних и малых городов. Медиа призваны как можно полнее, порой прибегая к помощи социологов и урбанистов, визуально демонстрировать жизнь тех или иных регионов, их территориальную идентичность, их культурные и социальные особенности. Причем ви-

деоконтент сегодня оказывается тем фактором, который может изменить не только традиционные СМИ, но и всю глобальную сеть.

Прежде интернет ориентировался на вербальную информацию, а теперь явно склоняется к трансляции видеоконтента, несущего в себе бесценные по силе эмоционального воздействия факты не только о достопримечательностях, но и о конкретных судьбах людей, живущих на тех или иных территориях и способных не менее ярко и выразительно рассказывать о самих себе, чем профессионалы. Антон Федчин считает, что «будущее за пользовательским видеоконтентом, причем сделанным хорошо и качественно. Сейчас, с развитием технологий и высокоскоростным интернетом, любой человек может в одиночку делать свое телевидение. Для многих людей снять ролик на камеру проще, чем написать текст» [22]. Полагаем, что описанные в данной статье методики «раскодирования» территорий пригодятся как традиционным, так и новым медиа. Профессионалы могут взаимодействовать с непрофессионалами, обучая и привлекая их к созданию видеоконтента, обмениваясь информацией и дискутируя, что будет способствовать не только более пристальному изучению, но и развитию территорий. Ведь территории – это и есть люди.

Литература

1. *Абашев В. В., Печищев И. М.* Городские сетевые издания как агенты урбанизации // Город и медиа : матер. Междунар. науч.-практ. конф. «Новые городские медиа в медиаландшафте России», г. Пермь, 1–2 июня 2018 г. Пермь, 2018. С. 9–29.
2. *Тесля А., Повилайтис В.* Возвращение на Итаку // Сибирь. Реалии¹. 2018. 13 окт. URL: <https://www.sibreal.org/a/29536115.html> (дата обращения^ 02.12.2020).
3. *Уразова С. Л.* Экранная «реальность» в контексте модернизации медийной среды // Вестник ВГИК. 2010. № 3–4. С. 180–190.
4. *Кириллова Н. Б.* Парадоксы медийной культуры: избр. статьи. Екатеринбург : Изд-во УрФУ, 2017. 452 с.
5. *Ополев П. В.* Тенденции усложнения медийного пространства // Экранные коммуникации как фактор социализации медиапространства / под ред. С. Л. Уразовой. М. : Академия медиаиндустрии, 2019. С. 50–61.
6. *Борецкий Р.* Осторожно, телевидение! М. : Изд-во ИКАР, 2002. 260 с.

¹ Внесено в реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента 05.12.2017.

7. Лебедева Б. В. Практика производства аудиовизуальной информации // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия : сб. матер. междунар. науч.-практ. конф. М. : Ф-т журн. МГУ, 2019. С. 491–492.

8. Шестерина А. М. Трансформация традиционных телевизионных форматов под влиянием сетевого аудиовизуального медиаконтента // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия : сб. матер. междунар. науч.-практ. конф. М. : Ф-т журн. МГУ, 2019. С. 513–514.

9. Мальцева Н. В. Предпочтения молодежной аудитории видеоблогов // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия : сб. матер. междунар. науч.-практ. конф. М. : Ф-т журн. МГУ, 2019. С. 42–43.

10. Медведев С. Гений места // Радио Свобода¹. 2016. 13 янв. URL: <https://www.svoboda.org/a/27486900.html> (дата обращения 08.12.2020).

11. Хлызова А. А. Особенности репрезентации регионов на современном федеральном телевидении // Социальные аспекты современного вещания в России. М. : Ф-т журн. МГУ, 2014. С. 63–71.

12. Максим А. А. Региональная информация в федеральных теленовостях как фактор формирования картины мира // Медиаскоп. 2016. Вып. 2. URL: <http://mediascope.ru/?q=node/2092> (дата обращения 02.12.2020).

13. Павлова А. Н. Российский региональный город в информационной повестке общефедеральных печатных СМИ : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2019. 26 с.

14. Дубин Б., Полуэктова И., Дондурей Д. ТВ: не доверяем, но зависим // Искусство кино. 2010. № 3. С. 127–135.

15. Долгова Ю. И. Дисфункциональные явления на современном российском телевидении: образ региона // Социальные аспекты современного вещания в России. М. : Ф-т журн. МГУ, 2014. С. 72–79.

16. Шеваров Г. Н. Документальное кино на телеэкране // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире : сб. матер. междунар. науч.-практ. конф. М. : Ф-т журн. МГУ, 2010. С. 254–255.

17. Беляев И. К. Введение в режиссуру. Курс для документалистов : в 2 ч. Ч. 1. М. : ИПКР ТВ и РВ, 1998. 158 с.

18. Мясникова М. А. Путь в профессию через фестиваль экран: Арт-критика, культурная журналистика, телепублицистика, экранная документалистика : учеб. пособие. Екатеринбург : Екатеринбургская академия современного искусства, 2014. 180 с.

19. Трухина А. В. «Наша жизнь – это поезд...»: про авторов и героев документального кино. Екатеринбург : Екатеринбургская академия современного искусства, 2020. 185 с.

¹ Внесено в реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента 11.02.2020.

20. Белов Е. «Работа над собственным фильмом – это тоже драма» // TVKinoradio Media. 2016. 21 дек. URL: <https://tvkinoradio.ru/article/article9932-rabota-nad-sobstvennim-filmom-eto-tozhe-drama> (дата обращения: 08.12.2020).

21. Мясникова М. А. Видеозарисовка «Портрет города» – студенческий проект для сетевого издания // Город и медиа : матер. междунар. науч.-практ. конф. «Новые городские медиа в медиаландшафте России». Пермь, 2018. С. 150–161.

22. Федчин А. Буквы не нужны: как видеоконтент захватывает интернет // Технологии и медиа. 2015. 19 нояб. URL: https://www.rbc.ru/opinions/technology_and_media/19/11/2015/564dbca59a7947ed6585b547 (дата обращения: 11.08.2020).

The Life of Regions in the Screen Embodiment: “Decoding” of Territories

Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies. 2021. 9. pp. 96–116

Marina A. Myasnikova, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin (Yekaterinburg, Russian Federation). E-mail: avt89@yandex.ru
DOI: 10.17223/26188422/9/6

Keywords: screen culture, media, regions, city code, city portrait, decoding territories.

The article discusses the growing role of screen culture and screen methods of presenting the regions' life in Russia. Screen culture, accelerating the dissemination of information, leads to its fragmentation and decentralization. The screen does not literally reproduce reality. At the same time, many people not only actively absorb, but also produce visual information. Although, unfortunately, no one teaches them how to do it. The life of local territories is recorded at different levels: both on professional screens, and in amateur, blogging videos on the Internet. Federal and regional media, as well as documentary filmmakers, are trying to decipher the “cultural codes” of the regions to help “the country meet the country”. Meanwhile, attitudes to the regions from the outside and from the inside are different, and the regional agenda is often on the periphery of the interests of the federal media. Documentary films, in contrast to television's information or “postcard programs” about travels in the regions of the country, rely on problems and life stories, do not confine themselves to rigid formats, do not require voiceovers, and trust images more than words. Favorite “objects” of reflection in documentary films since the time of R. Flaherty are people living in places geographically remote from a large society. The article describes the project of creating a documentary film almanac/film *City Code* by E. Grigoriev and A. Selyanina, and an educational video sketching project for the City Portrait online edition released with the participation of students of the Department of Journalism of the Ural Federal University. The leaders of the first project conducted classes on screen culture with volunteers from two Russian cities. The most important condition was the choice of people who love their city and do not want to leave it. And the goal was to awaken something personal in them, to give media features to a city, where residents know more about the federal agenda than about their home yard. Professional urbanists and sociologists helped to decode the cities. The second project was a response to the long-overdue need to introduce an aesthetic principle into the coverage of the life of the regions by new media against the background of the activities of traditional regional

media. The latter have practically no programs focused on the production of a harmoniously organized urban space, on the formation of identities and creative communities. These media are predominantly aimed at information of a routine, often negative nature, and not at the formation of a positive urban environment. The results of the two projects are encouraging. Video content (both professional and user-specific) is becoming more and more in demand among audiences in large, medium and small cities over time. The media are designed to visually demonstrate as fully as possible the identity of certain regions, their cultural and social characteristics, and this requires special techniques, which were described in this article.

References

1. Abashev, V.V. & Pechishchev, I.M. (2018) [Urban network publications as agents of urbanization]. *Gorod i media: mat. mezhd. nauch.-prakt. konf. "Novye gorodskie media v medialandshafte Rossii"* [City and media: Proceedings of the International Conference "New urban media in the media landscape of Russia"]. Perm, 1–2 June 2018. Perm: Perm State University. pp. 9–29. (In Russian).
2. Teslya, A. & Povilyaitis, V. (2018) *Vozvrashchenie na Itaku* [Returning to Ithaca]. *Sibir'. Realii*. 13 October. [Online] Available from: <https://www.sibreal.org/a/29536115.html> (Accessed: 02.12.2020).
3. Urazova, S.L. (2010) Ekrannaya "real'nost'" v kontekste modernizatsii mediynoy sredy [Screen "reality" in the context of the media environment modernization]. *Vestnik VGIK*. 3–4. pp. 180–190.
4. Kirillova, N.B. (2017) *Paradoksy mediynoy kul'tury: izbr. Stat'i* [Paradoxes of media culture: Selected articles]. Yekaterinburg: Ural Federal University.
5. Opolev, P.V. (2019) Tendentsii uslozhneniya mediynogo prostranstva [Trends in the complication of the media space]. In: Urazova, S.L. (ed.) *Ekrannye kommunikatsii kak faktor sotsializatsii mediaprostranstva* [Screen communications as a factor in the socialization of the media space]. Moscow: Akademiya mediaindustrii. pp. 50–61.
6. Boretskiy, R. (2002) *Ostorozhno, televidenie!* [Beware, television!]. Moscow: Izd-vo IKAR.
7. Lebedeva, B.V. (2019) [Practice of audiovisual information production]. *Zhurnalistika v 2018 godu: tvorchestvo, professiya, industriya* [Journalism in 2018: Creativity, profession, industry]. Proceedings of the International Conference. Moscow: Faculty of Journalism, Moscow State University. pp. 491–492. (In Russian).
8. Shesterina, A.M. (2019) [Transformation of traditional television formats under the influence of network audiovisual media content]. *Zhurnalistika v 2018 godu: tvorchestvo, professiya, industriya* [Journalism in 2018: Creativity, profession, industry]. Proceedings of the International Conference. Moscow: Faculty of Journalism, Moscow State University. pp. 513–514. (In Russian).
9. Mal'tseva, N.V. (2019) [Preferences of the youth audience of video blogs]. *Zhurnalistika v 2018 godu: tvorchestvo, professiya, industriya* [Journalism in 2018:

Creativity, profession, industry]. Proceedings of the International Conference. Moscow: Faculty of Journalism, Moscow State University. pp. 42–43. (In Russian).

10. Medvedev, S. (2016) Geniy mesta [Genius loci]. *Radio Svoboda*. 13 January. [Online] Available from: <https://www.svoboda.org/a/27486900.html> (Accessed: 08.12.2020).

11. Khlyzova, A.A. (2014) Osobennosti reprezentatsii regionov na sovremennom federal'nom televidenii [Features of representing regions on modern federal television]. In: L. Yu. Mal'kova, L.Yu. & Tikhonova, O.V. (eds) *Sotsial'nye aspekty sovremennogo veshchaniya v Rossii* [Social aspects of modern broadcasting in Russia]. Moscow: Faculty of Journalism, Moscow State University. pp. 63–71.

12. Maksim, A.A. (2016) Regional information in national TV news as a factor in forming media reality. *Mediascope – Mediascope*. 2. [Online] Available from: <http://mediascope.ru/?q=node/2092> (Accessed: 02.12.2020).

13. Pavlova, A.N. (2019) *Rossiyskiy regional'nyy gorod v informatsionnoy povestke obshchefederal'nykh pechatnykh SMI* [Russian regional city in the information agenda of federal print media]. Philology Cand. Diss. Yekaterinburg.

14. Dubin, B., Poluektova, I. & Dondurey, D. (2010) TV: ne doveryaem, no zavisim [TV: We are not trustful, but dependent]. *Iskusstvo kino*. 3. pp. 127–135.

15. Dolgova, Yu.I. (2014) Disfunktsional'nye yavleniya na sovremennom rossiyskom televidenii: obraz regiona [Dysfunctional phenomena on modern Russian television: The image of the region]. In: L. Yu. Mal'kova, L.Yu. & Tikhonova, O.V. (eds) *Sotsial'nye aspekty sovremennogo veshchaniya v Rossii* [Social aspects of modern broadcasting in Russia]. Moscow: Faculty of Journalism, Moscow State University. pp. 72–79.

16. Shevarov, G.N. (2010) [Documentary films on television]. *Zhurnalistika v 2009 godu: transformatsiya sistem SMI v sovremennom mire* [Journalism in 2009: Transformation of media systems in the modern world]. Proceedings of the International Conference. Moscow: Faculty of Journalism, Moscow State University. pp. 254–255. (In Russian).

17. Belyaev, I.K. (1998) *Vvedenie v rezhissuru. Kurs dlya dokumentalistov v 2 ch.* [Introduction to directing. A course for documentary filmmakers in 2 parts]. Pt. 1. Moscow: IPKR TV i RV.

18. Myasnikova, M.A. (2014) *Put' v professiyu cherez festival'nyy ekran: Art-kritika, kul'turnaya zhurnalistika, telepublitsistika, ekrannaya dokumentalistika: uchebnoe posobie* [A path to the profession through the festival screen: Art criticism, cultural journalism, television journalism, screen documentary: a textbook]. Yekaterinburg: Yekaterinburg Academy of Contemporary Art.

19. Trukhina, A.V. (2020) “Nasha zhizn' – eto poezd...”: pro avtorov i geroev dokumental'nogo kino [“Our life is a train ...”: On the authors and characters of documentary films]. Yekaterinburg: Yekaterinburg Academy of Contemporary Art.

20. Belov, E. (2016) “Rabota nad sobstvennym fil'mom – eto tozhe drama” [“Working on your own film is also a drama”]. *TVKinoradio Media*. 21 December.

[Online] Available from: <https://tvkinoradio.ru/article/article9932-rabota-nad-sobstvennim-filmom-eto-tozhe-drama> (Accessed: 08.12.2020).

21. Myasnikova, M.A. (2018) [A video sketch “Portrait of the City”: A student project for a network edition]. *Gorod i media: mat. mezhd. nauch.-prakt. konf. “Novye gorodskie media v medialandshafte Rossii”* [City and media: Proceedings of the International Conference “New urban media in the media landscape of Russia”]. Perm, 1–2 June 2018. Perm: Perm State University. pp. 150–161. (In Russian).

22. Fedchin, A. (2015) Bukvy ne nuzhny: kak videokontent zakhvatyvaet internet [Letters are not needed: How video content takes over the Internet]. *Tekhnologii i media*. 19 November. [Online] Available from: https://www.rbc.ru/opinions/technology_and_media/19/11/2015/564dbca59a7947ed6585b547 (Accessed: 11.08.2020).