

RU

Формирование «новой зрелищности».

Как устроен современный стриминг (на примере Netflix и др.)

Мехоношин В. Ю.

Аннотация. Целью этой статьи является выявление особенностей «новой зрелищности» в условиях цифровизации экрана. Важным представляется обращение автора к выделению этапов цифровизации экрана, а также выявление новых культурных практик при просмотре контента на стриминг-сервисах. Новизна исследования заключается в многоаспектном анализе трансформации медиапотребления и медиапроизводства в условиях цифровизации, особенно с акцентом на значительную роль стриминговых сервисов в этих процессах. Автор статьи исследует интерактивные аспекты стриминговых сервисов, где зрители могут влиять на сюжет, что является значительным вкладом в понимание современных медийных практик. В результате автор подчеркивает, что стриминговые сервисы стали катализатором множества изменений в медиаиндустрии, приводя к демократизации доступа к контенту и его производству. Отмечается возможность функциональной дифференциации современной культуры медиапотребления под воздействием экранной культуры достримингового периода и эпохи стримингов; выделяется появление новых требований к созданию контента в условиях «новой зрелищности».

EN

Formation of the “new spectacle”: Understanding modern streaming
(by the example of Netflix and others)

V. U. Mekhonoshin

Abstract. The paper aims to identify the characteristics of the “new spectacle” in the context of screen digitization. The author’s focus on identifying the stages of screen digitization and the emergence of new cultural practices when viewing content on streaming services is crucial. The scientific novelty of the study lies in its multifaceted analysis of media consumption and media production transformations in the digital age, particularly emphasizing the significant role of streaming services in these processes. The author investigates the interactive aspects of streaming services where viewers can influence the plot, which is a significant contribution to understanding contemporary media practices. As a result, the author emphasizes that streaming services have become catalysts for numerous changes in the media industry, leading to democratization of content access and production. The work notes the possibility of a functional differentiation of modern media consumption culture under the influence of screen culture before the streaming era and during the streaming era. The emergence of new demands for content creation in the context of the “new spectacle” is highlighted.

Введение

В современном мире наблюдается значительная трансформация медиапотребления, вызванная развитием цифровых технологий и широким распространением интернет-сервисов. Этот процесс влечет за собой не только изменения в технических особенностях создания и распространения медиа, но и коренные сдвиги в восприятии зрителями кинематографического и телевизионного контента. Особое место в этом контексте занимают стриминговые сервисы, которые, благодаря своей доступности и интерактивности, демократизируют производство и потребление культурных продуктов, предоставляя пользователям возможность активного участия в формировании медиапространства.

В соответствии с целью исследования выделим его задачи:

- 1) проанализировать особенности медиапотребления на примере стриминговых сервисов;
- 2) определить влияние стриминговых сервисов на экранную культуру;
- 3) оценить перспективы развития новых форматов взаимодействия с медиа.

Теоретическая база исследования. В статье рассматриваются трансформация медийного ландшафта и влияние новых технологий на культурные практики с опорой на работы выдающихся ученых в области культурологии. Одной из базовых работ является «Понимание медиа» М. Маклюэна (2019), где автор раскрыл концепции «холодных» и «горячих» медиа, обозначая тем самым активное или пассивное участие аудитории в процессе восприятия медийного контента. Тему новой визуальности и ее роль в современной культуре продолжает Н. Хренов (2019), освещающая вопросы изменения восприятия визуальных образов под влиянием медиа-технологий. Изучение культурной логики позднего капитализма, представленное Ф. Джеймисоном (2019), помогает понять, как постмодернизм влияет на формы и методы медийного производства и потребления, что также находит отражение в медийных практиках. Труд Н. Лумана (2005) о реальности массмедиа дополняет понимание медиа как социальной системы, оказывающей значительное влияние на общественное сознание и социальные структуры. Исследование А. Артюх (2015) о «Новом Голливуде» представляет анализ изменений в американском кинематографе, что прямо перекликается с темой новых медиаплатформ и их роли в мировом кинопроизводстве.

Для достижения поставленных целей в данной статье применяются различные методы исследования, включая теоретический анализ литературных источников, сравнительный анализ данных стриминговых платформ, а также использование метода кейс-стади для изучения конкретных примеров влияния стриминговых сервисов на медиакультуру. Теоретический анализ позволяет систематизировать и критически оценить существующие теории медиа и культурных практик. Сравнительный анализ применяется для выявления особенностей и различий в подходах к медиапроизводству и медиапотреблению на стриминговых платформах. Метод кейс-стади позволяет подробно рассмотреть индивидуальные примеры успешных стратегий и инноваций, внедренных платформами, такими как Netflix и Amazon Prime, в контексте их воздействия на культурные предпочтения и восприятие аудитории.

Эти методы в совокупности обеспечивают многоуровневый подход к анализу, который помогает глубже понять механизмы взаимодействия технологий и культуры в современном медиапространстве, оценить их влияние на социокультурные изменения и предсказать возможные направления развития медиаиндустрии в будущем.

Практическая значимость данной статьи заключается в нескольких аспектах, которые имеют важное значение для специалистов в области культурологии, а также для профессионалов, занимающихся созданием контента и управлением медиаплатформами. Результаты анализа интерактивных возможностей стриминговых сервисов могут найти применение в рамках разработки новых форматов контента, которые максимально используют преимущества цифровой среды. Наконец, статья вносит вклад в академическое понимание эволюции медиа, обогащая теоретическую базу и предоставляя практические рекомендации для медиаиндустрии, что способствует улучшению качества и диверсификации медиапродукции на глобальном рынке.

Обсуждение и результаты

Важной точкой отчета для изучения медиа может стать 1999 год. Этот год кинокритик Б. Рафтери назвал «годом, который изменил все», а «чтобы увидеть будущее, надо было просто пойти в кино» (2020, с. 26). По его мнению, именно в этот год в прокат вышли фильмы, которые сформировали новое понимание экранной культуры. Такие режиссеры-визионеры, как С. Мэндес, Д. Финчер, Р. Линклейтер, П. Т. Андерсон, У. Андерсон, дуэт Вачовски, сформировали экранную эстетику на два десятилетия вперед. А. Артюх считает, что «новаторские идеи были привнесены еще трилогией о “Матрице” и ранними работами студии Pixar» (2015, с. 252).

Экранная культура начала XXI в. развивалась параллельно с индустрией компьютерных игр и компьютерной анимации. Например, студия Pixar была тесно связана со С. Джобсом, который оставался главным акционером и исполнительным директором студии до 2006 года; в это время состоялись премьеры франшиз «История игрушек» (1995, реж. Дж. Лассетер), «Корпорация монстров» (2001, реж. П. Доктер), «В поисках Немо» (2003, реж. Э. Стэнтон), «Тачки» (2006, реж. Дж. Лассетер).

Таким образом, студийный кинематограф на рубеже XX–XXI вв. испытал влияние новых технологий на себе.

Полагаем, что прорывной успех студии Pixar связан не только с большим фестивальным успехом (номинация фильма «Вверх» (2009, реж. П. Доктер, Б. Питерсон) на премию «Оскар» в категории «Лучший фильм» или номинация «Валли» (2008, сцен. Д. Ридон, Э. Стэнтон, П. Доктер) в категории «Лучший оригинальный сценарий»), но и с трансформацией культуры самого зрительского потребления: зрители стали массово использовать новые гаджеты при просмотре, что обогатило массовую культуру.

По мнению К. Разлогова, в массовой культуре произошло «формирование механизмов так называемого транскультурализма, когда одни и те же произведения специально создаются и редактируются для того, чтобы по возможности охватить самую большую аудиторию» (2016, с. 9).

Таким образом, можно констатировать позитивные сдвиги в оценке новых медиа зрителями. Эволюция экранной культуры, ознаменованная премьерными фильмами «Матрица» (1999, реж. Л. Вачовски), «Бойцовский клуб» (1999, реж. Д. Финчер), «Мумия» (1999, реж. С. Соммерс), «Ведьма из Блэр» (1999, реж. Д. Мирик) и др., наметилась в 1999 году, когда кинематограф начал активно интегрироваться с новыми технологиями. Это подчеркивает переход от традиционных форм массовой культуры к более инклюзивным и технологически направленным моделям взаимодействия.

В. Савчук отмечал: «СМИ захватывают внимание человека, а затем поглощают его целиком» (2014, с. 206). Благодаря чему происходит это поглощение? Интересным представляется мысль Н. Хренова (2019, с. 491)

о постепенном дублировании функций кино функциями телевидения (особенно развлекательной и компенсаторной). Технические нововведения «перекочевали» с большого киноэкрана во все прочие (экраны планшетов, мобильных телефонов и др.). На первый план вышли новые технологии. Обратимся к ним.

Важнейшей новой технологией стала *цифровизация* самого процесса кинопроизводства и начало съемки фильмов в цифровом формате. Уместным будет вспомнить появление первого голливудского блокбастера, снятого на цифровую камеру («Звездные войны. Эпизод II: Атака клонов», 2002, реж. Дж. Лукас), а также первого фильма, полностью снятого одним дублем («Русский ковчег», 2002, реж. А. Сокуров), прорывной экранизации графического романа Ф. Миллера («Город грехов», 2005, реж. Р. Родригес и Д. Миллер) и первого веб-сериала («Сцена», 2004-2006, реж. М. Рейчгут). Титулованные режиссеры П. Джексон («Властелин колец», 2001-2003) и Дж. Кэмерон («Аватар», 2009) сняли свои шедевры уже не на пленку, а в цифровом формате. От пленки отказались: ведущий представитель французской «новой волны» Ж.-Л. Годар («Фильм-социализм», 2010), авторы манифеста «Догма 95» Л. фон Триер («Меланхолия», 2011) и Т. Винтерберг («Охота», 2012). Л. Каракс восторгался новыми цифровыми приемами в «Корпорации «Святые моторы»» (2012).

Производство фильмов в цифровой форме привело к потреблению в цифровой форме. Была разработана технология записи оптических дисков, когда в 2000 г. был впервые выпущен диск HD-DVD. Его производство продлилось до 2008 г.; на смену пришел более технологичный формат Blu-Ray. Крупнейшие голливудские студии (Warner Brothers, Universal, Sony Pictures и др.) стали выпускать свои фильмы и на новых цифровых носителях, ведь это пользовалось спросом у зрителей, предпочитавших просмотр фильмов дома. Возникла «новая визуальность»: высокое качество изображения и звука, возможность включать субтитры, выбирать аудиодорожки (язык дубляжа), изучать дополнительные материалы о фильме (особенно в формате «фильм о фильме») и, конечно, не смотреть рекламу.

Процитируем здесь Ф. Джеймисона, уточнившего состояние постмодерна: «Нужно говорить о своего рода технологическом бонусе удовольствия, обеспечиваемом новой техникой и словно бы отыгрываемом и ритуально пожираемом на каждой сессии самого официального медиапотребления» (2019, с. 546).

Цифровизация экрана продолжилась с развитием стриминговых сервисов. Стриминговый сервис передает контент (аудио- или видеофайл) от провайдера к пользователю в режиме реального времени. Для этого требуется постоянный доступ к сети Интернет.

Среди известных стриминг-платформ выделим Netflix, Hulu, HBO Max, Apple TV+ и др. Среди российских: Амедиатека, Кинопоиск HD, Kion, Okko, Ivi и др.

Пионером отрасли оказалась компания Netflix, отказавшаяся от продажи DVD и в 1999 г. запустившая интернет-сайт для продажи или аренды фильмов *онлайн*. Доступ к сервису начал осуществляться через подписку, «компания полностью обновила свою бизнес-модель, претерпела огромный рост и стала синонимом онлайн-проката DVD-дисков» (Рэндольф, 2021, с. 292).

Отметим особую роль первого хита Netflix – сериала «Карточный домик» (2013-2018), политического триллера от шоураннера Б. Уиллисона и режиссера первых двух серий Д. Финчера.

Таким образом, Д. Финчер («Бойцовский клуб», 1999; «Загадочная история Бенджамина Баттона», 2008; «Социальная сеть», 2010) стал первым знаменитым режиссером, который начал сотрудничать со стриминговым сервисом.

В 2017 г. стриминг Hulu представил свой хит – сериал «Рассказ служанки» (реж. М. Баркер).

Оба сериала («Карточный домик» и «Рассказ служанки») стали важными явлениями в массовой культуре, поскольку не только смогли быстро в нее вписаться, отвечая всем главным ее характеристикам (пассивность восприятия, тяготение к эмоциям, досуговости и регулярному потреблению), но и обозначив новую характеристику – интерактивность. Имея в обоих случаях крепкую литературную основу (романы М. Доббса и М. Этвуд), авторы новых версий вольно подошли к их экранизации: многие сюжетные линии были изменены, ориентированы на современность. Интерес усиливало использование «повестки дня»: в сериалах появились герои, имеющие свои реальные прототипы, а некоторые реальные герои получили cameo (эпизодическую роль).

Желание, чтобы зрители посмотрели «Карточный домик» в новом качестве изображения 4K первыми, сотрудничество с партнерами из Samsung, поставившими на рынок первую модель телевизора с высоким разрешением экрана, а также помощь обозревателя деловой газеты (с тиражом в два миллиона экземпляров) – примеры эффективного взаимодействия бизнеса, творчества и медиа. Сооснователь Netflix Р. Хастиг назвал это «медийным прорывом» (2021, с. 111).

Позже известный режиссер С. Содерберг начал сотрудничать с сетью кабельного и спутникового телевидения Cinemax (принадлежит HBO), а в 2014 г. состоялась премьера сериала «Больница Никербокер» (2014-2015). В отличие от Д. Финчера в «Карточном домике», С. Содерберг срежиссировал все серии двух сезонов.

Таким образом, цифровизация производства кинопродукции стала важной технологической инновацией, которая резко изменила подходы к кинопроизводству и потреблению фильмов. Прорывные технологии и появление стриминговых сервисов, таких как Netflix и Hulu, способствовали переосмыслению роли и функций традиционного кинематографа, превратив его в более доступное и интерактивное средство массовой культуры. Развитие стриминговых сервисов и цифровых платформ не только предоставило зрителям новые возможности для выбора и потребления контента, но и позволило кинематографистам экспериментировать с форматами и жанрами, что, в свою очередь, привело к возникновению новых жанров и способов повествования. Эти изменения укрепили позиции цифровых медиа как важных платформ для культурного производства. Влияние цифровых технологий также способствовало демократизации доступа к кинематографическому искусству,

позволяя широкому кругу создателей, включая независимых режиссеров и мелкие студии, достигать мировой аудитории без необходимости значительных начальных инвестиций на производство и распространение фильмов. Это обогатило мировую кинематографию новыми идеями и взглядами.

Следующий этап развития стало возможно выделить после резкого увеличения производства стримингами собственного контента ("Originals"). Новый рынок – всегда место для экспериментов. Неслучайно Netflix попробовал себя в разных нишах: подростковое телевидение («13 причин почему», 2017-2020, реж. Г. Араки), приключения («Бумажный дом», 2017-2021, реж. Х. Кольминар), супергеройское кино («Академия Амбрелла», 2019-2024, реж. Д. Уэбб), мини-сериалы («Ход королевы», 2020, реж. С. Фрэнк), производство фестивальных фильмов («Ирландец», 2019, реж. М. Скорсезе).

Событием 2018 г. в мире стримингов стал международный триумф фильма «Рома» (реж. А. Куарон), получившего «Золотого льва» (лучшая картина Венецианского кинофестиваля), призы Американского киноинститута, Американской ассоциации кинокритиков, два «Золотых глобуса» от иностранной прессы, семь номинаций BAFTA, а также 10 номинаций на премию «Оскар». В производстве этого фильма проявилось желание студии обратиться к более подготовленному зрителю. Эксперимент удался: подготовленная публика не дистанцировалась от Netflix, а, наоборот, стала все больше вовлекаться в новый тип киносмотра, ведь такой фильм было невозможно увидеть в кинотеатре, а сюжет фильма, хоть и связан с Мексикой 1970-х годов (локален), представляет зрителю новую идентичность, способную воспроизводиться и получать отклик на глобальном уровне.

В постепенном исчезновении физического рынка как определенного места и в целенаправленном отождествлении товара с его образом (названием бренда или логотипом) реализуется иной, более тесный симбиоз между рынком и медиа, в котором их границы стираются (в характерном для постмодерна стиле), а неразличимость уровней постепенно заступает на место прежнего разделения между вещью и понятием (или, например, между моделью экономики и моделью культуры). Вспомним Ф. Джеймисона: «Сегодня товары словно распылены по всему пространству и времени» (2019, с. 545).

В 2018 г. на Netflix был представлен экспериментальный эпизод сериала «Черное зеркало» под названием «Брандашмыг» (реж. Д. Слэйд). В определенные моменты у зрителей появилась возможность выбрать один из нескольких возможных вариантов развития сюжета. От выбора зрителя зависит и хронометраж эпизода (от сорока минут до полутора часов), появилась возможность вернуться назад и изменить свой выбор. Всего было создано пять разных концовок.

М. Хиллс отмечает, что событием на телевидении стал другой эпизод «Черного зеркала» – «Сан-Джуниперо» (2016, реж. О. Харрис). М. Хиллс (2019) анализирует «Сан-Джуниперо» через призму концепции имплицитной религии, подчеркивая, что эпизод затрагивает вопросы постгуманистического существования и жизни в цифровой форме. Интересен вывод автора о том, что отсутствие сериальности совсем не мешает авторам и фанатам шоу, ведь «его узнаваемый диапазон тональностей и научно-фантастическая ориентация все же способны удерживать зрителей и отправлять их в запойные просмотры» (Хиллс, 2019, с. 117).

Можно заключить, что важным элементом стриминга является ориентир на «запойное смотрение» ("binge-watching"), когда у зрителя появляется возможность смотреть любое количество серий, а также влиять на повествование: менять его структуру (как в случае с «Брандашмыгом»), ускорять (пропускать титры) или замедлять (ждать дополнительную сцену после титров – *стингер*), но все равно быть в курсе главных событий (благодаря начальному блоку «ранее в сериале»). Такая интерактивность возможна при просмотре сериала, но не фильма, поэтому логично, что стриминги делают ставку прежде всего на сериалы.

Эксперименты сформировали новую функцию зрителя, которую можно обозначить так – «активная критика произведения». Крупнейшие информационные сайты о кино (IMDb, Rotten Tomatoes, Kinopoisk) дают возможность любому зрителю оценить просмотренный контент по шкале и написать рецензию. Подобные «вердикты» могут повлиять на международный прокат и внимание массового зрителя, поскольку алгоритмы стримингов могут «одомашнивать» контент: персонифицировать его на основе интеграции с данными отметок пользователей с похожими интересами (Siles, Espinoza-Rojas, Naranjo et al., 2019, p. 5).

Таким образом, зритель, оценивающий произведение, оставляет свой «цифровой след», вступает в диалог не только с авторами произведения, но и с потенциальными зрителями. Такое активное творческое преобразование самой предметности кинофильма – свидетельство сильной вовлеченности зрителя в предложенную экранную зрелищность. Многие сериалы получили продолжение из-за большого внимания со стороны зрителей в виде сиквелов и приквелов (продолжения и предыстории оригинального сюжета).

Главным конкурентом Netflix стал кабельный канал с большой историей – HBO. В 2010 г. у этого кабельного канала появился свой интернет-сервис HBO Go (с лета 2020 г. – HBO Max). На стриминг HBO Max перешли хиты кабельного канала HBO: «Игра престолов» (2011-2019, реж. Д. Наттер и др.), «Сопрано» (1999-2007, реж. Т. Ван Паттен и др.), «Настоящий детектив» (2014-2024, реж. К. Фукунага и др.).

С 2015 г. важным игроком на рынке стал стриминг Amazon Prime, часть крупнейшего маркетплейса Amazon. В Amazon Prime не просто закупили чужой контент (сделка со студией MGM в 2022 г. пополнила коллекцию сериалами «Фарго» (2014-2024, реж. Н. Хоули и др.), «Викинг» (2013-2020, реж. К. Донелли и др.)), но и стали производить свой: хитами стриминга выступили сериалы «Удивительная миссис Мейзел» (2017-2023, реж. Д. Палладино и др.), «Кольца власти» (2022-2024, реж. Х. Байона и др.).

В 2019 г. был запущен Disney+, ставший основной площадкой для «Звездных войн» и фильмов студии Marvel, а также Apple TV+ – с такими хитами, как «Утреннее шоу» (2019-2024, реж. М. Ледер и др.), «Тед Лассо» (2020-2023, реж. Д. Лауни и др.), «Медленные лошади» (2022-2024, реж. Д. Хоуз и др.).

Таким образом, развитие стриминговых сервисов и их стремление к созданию собственного контента привели к значительным изменениям в сфере кинопроизводства и потребления. Эксперименты с разнообразными жанрами и форматами, такими как мини-сериалы и фестивальные фильмы, отражают глубокую трансформацию в предложении контента и его восприятии. Особое внимание заслуживает успех фильма «Рома», который не только получил высокую оценку на международном уровне, но и подчеркнул стремление Netflix обратиться к более продвинутой аудитории. Принципиально новой чертой стримингов стало предоставление зрителю возможности влиять на повествование. Это предложило аудитории не только новый способ взаимодействия с контентом, но и привело к размыванию границ между традиционным кинопросмотром и интерактивным участием. Также следует отметить постепенное исчезновение физического рынка и слияние медиа с рыночными структурами, что влияет на маркетинговую стратегию и восприятие брендов. Эти изменения не только способствовали разнообразию кинопродукции и методов ее распространения, но и привели к возникновению новых функций у зрителя, который теперь может выступать в качестве активного участника и критика медийного продукта.

Можно выделить несколько моделей функционирования стримингов сегодня:

1. Модель Netflix, построенная на уникальной экспериментальной и корпоративной культуре.
2. Модель HBO Max: сотрудничество с крупными киностудиями, перенос кабельных хитов в стриминговый сервис.
3. Модель Amazon Prime и Apple TV+: тесное сотрудничество с промышленными гигантами (Amazon и Apple).

Каждый из вышеуказанных стримингов предлагает ежемесячную подписку. Оплачивая ее, зритель попадает в замкнутую экосистему, т. к. эксклюзивный контент Netflix не увидит на Apple TV+, и наоборот. Важным элементом идентичности становится принадлежность к определенному стримингу. Выбор стриминга может выступать как требование конкретной социальной группы или субкультуры, поэтому необходимость для зрителя «быть в курсе», комментировать и оценивать превращается в бесконечную цепь активных действий.

Можно сказать, что контент, созданный до появления стримингов, сейчас может выступать в качестве универсальных культурных форм, поскольку именно включенность в несколько стримингов отражает мировосприятие, характерное для людей современности (мультикультурализм). Примером такой универсальной культурной формы может выступать сериал «Друзья» (1994-2004, реж. Д. Хэлворсон и др.), последняя серия которого вышла в 2004 г., еще до появления стримингов современного типа. Сегодня этот сериал выкуплен сразу несколькими стримингами (HBO, Apple TV+, Amazon Prime – на ноябрь 2022 г.). «Друзья» – выдающийся пример массовой культуры, хотя по формальным признакам этот сериал сложно отличить, например, от сериала «Нарко» (2015-2017, реж. А. Байс и др.) студии Netflix.

Требованиями к современному контенту могут стать типичные факторы отбора для массмедиа, которые выделяет Н. Луман (2005, с. 40-41):

- 1) информация должна быть новой;
- 2) предпочтение отдается конфликтам;
- 3) эффективные раздражители – количественные показатели;
- 4) локальная направленность;
- 5) нарушения норм (скандалы);
- 6) необходимость выразить моральные оценки. Они могут дать повод для уважения;
- 7) ссылка на действия и самих действующих лиц;
- 8) требования актуальности;
- 9) выражение мнений может распространяться под видом новостей;
- 10) рубрикация и шаблонизация информации.

Если рассмотреть по этим критериям сериал «Нарко», то многие из пунктов, выделенные Луманом, представляются вполне подходящими: новые факты о жизни семьи Эскобара (1), столкновение из-за попытки передела рынка с «джентльменами из Кали» (2), обилие цифр, преимущественно финансовых показателей (3), действия происходят в Колумбии (4), построение сюжета вокруг преступлений (5), наличие «положительных» героев, которые действуют вопреки ожиданиям (6), ссылки на фото- и видеодокументы реальных преступлений в конце серий (7), представление универсальных сюжетов: любовь, дружба, служба и долг (8), телевизионные новости как способ комментирования событий; сюжетная линия взаимодействия Эскобара с коррумпированными СМИ (9), название каждой серии («Великая ложь», «Сабля Симона Боливара» и др.) задает тон интерпретации (10).

Благодаря такой последовательности, по мнению Н. Лумана (2005, с. 63), происходит производство собственной правдоподобности, возникает социальная память. Такая социальная память обладает формой с многократной применимостью, а у зрителя не возникает чувства, что его принуждали смотреть данный сериал.

Так возникает функциональная дифференциация современной культуры медиапотребления под воздействием экранной культуры *дотримингового периода* и *эпохи стримингов*. Первый этап сложился в эпоху телевидения, где допускалось, что зритель прервется на рекламу или сможет пропустить серии. Второй этап создается в условиях «блокирующего просмотра»: отсутствует реклама, каждую серию можно смотреть в удобное время (даже несколько раз), сразу можно посмотреть несколько серий.

Таким образом, прослеживаются новые условия для создания контента, которые значительно меняют понимание художественного образа.

Сегодня Netflix генерирует контент разными способами: лицензирование фильмов других студий и производство своего контента. Особенность Netflix – производство сериала целиком, без пилотной серии (в отличие от HBO). В Netflix действует параллельно до 15 продюсерских компаний, поэтому их контент выглядит так разнородно (немецкий сериал «Тьма» (2017-2020, реж. Б. бо Одар и др.), английский «Корона» (2016-2023, реж. С. Долдри и др.), французский «Люпэн» (2021-2023, реж. Л. Бернард и др.), российский «Метод» (2015, реж. Ю. Быков)). Сервис собирает информацию о том, как сериал смотрят (какие серии, как долго, с какой периодичностью); математическими способами рассчитывается «выживаемость» сериала (Netflix. Global Top 10. <https://top10.netflix.com/tv?week=2022-12-11>).

Поиск новых идей и запуск новых проектов связан в Netflix с работой шоураннеров. Шоураннером называют человека, ответственного за конкретный проект, обычно он сочетает в себе продюсера и сценариста. В 2018 г. с Netflix подписал рекордный пятилетний контракт известный шоураннер Р. Мерфи. На Netflix состоялись премьеры его проектов: «Холстон» (2021, реж. Д. Минахан и др.), «Политик» (2019-2020, реж. Г. Хердер-Пейтон и др.), «Голливуд» (2020, реж. Д. Мокк и др.) и «Сестра Рэтчед» (2020, реж. Р. Мерфи и др.) (Rose L. TV's First \$300M Man: The Wild and Weepy Backstory of Ryan Murphy's Blockbuster Netflix Deal // The Hollywood Reporter. 04.04.2018. <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-features/tvs-first-300m-man-inside-netflixs-blockbuster-ryan-murphy-deal-1099145/>).

Из-за пандемии COVID-19 интерес к стримингам возрос, киноведческие издания стали публиковать рейтинги фильмов на стриминг-сервисах и даты премьер (Wigley S. 100 Great Films Streaming on Netflix and Amazon Prime – Updated for Winter 2022. <https://www.bfi.org.uk/lists/100-great-films-streaming-netflix-amazon-prime-updated>).

Заключение

Таким образом, изучая особенности «новой зрелищности» в условиях цифровизации экрана, мы пришли к следующим выводам: во второй половине 2000-х гг. началось формирование «новой зрелищности» под влиянием развития стриминговых сервисов (Netflix, Hulu и др.). Важным элементом «новой зрелищности» является желание стримингов занять не только ниши, ориентированные для подростковой аудитории, но и для фестивальной. При этом сохраняется ориентир на «запойное смотрение» (“binge-watching”), а также вовлечение зрителя в оценку просмотренного. Стриминги значительно пересматривают традиции формирования кинообраза (к более доступному, но эклектичному) и киновысказывания (серия может длиться от 5 минут до 125), выступая новым средством коммуникативного объединения разных поколений зрителей. Постепенное расширение аудитории стримингов, привлекательные эксперименты и добавление языков, на которые делается перевод контента, позволяют говорить о новом «приглашении к коммуникации». Можно утверждать, что в экранной культуре на современном этапе проявились две важные тенденции: с одной стороны – постепенное расширение медиареальности (с ее проникновением во все сферы жизни общества), а с другой – стирание противоречий между произведениями экранной культуры и формирование новых механизмов транскulturализма, когда одни и те же произведения специально создаются и редактируются для того, чтобы по возможности иметь доступ к разному зрителю.

Перспективной представляется оценка влияния стриминговых сервисов на культурное разнообразие и их роли в глобализации медиаконтента.

Источники | References

1. Артюх А. Новый Голливуд. История и концепция. СПб.: Алетейя, 2015.
2. Джеймисон Ф. Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма. М.: Изд-во Института Гайдара, 2019.
3. Луман Н. Реальность массмедиа. М.: Праксис, 2005.
4. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2019.
5. Разлогов К. Диалектика массового и уникального в социодинамике искусства // Актуальные проблемы современной культуры и образования: сборник научных статей по материалам I международной конференции молодых ученых (г. Москва, 29-31 марта 2016 г.). М.: ФГБНУ «ИХОиК РАО», 2016.
6. Рафтери Б. Лучший год в истории кино. Как 1999-й изменил все. М.: Individuum, 2020.
7. Рэндольф М. That will never work: история создания Netflix, рассказанная ее основателем. М.: Эксмо, 2021.
8. Савчук В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб.: РХГА, 2014.
9. Хастингс Р. Никаких правил: уникальная культура Netflix. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021.
10. Хиллс М. «Черное зеркало», имплицитная религия и сакрализация «запойных просмотров» научной фантастики // Государство, религия, Церковь в России и за рубежом. 2019. № 37 (3).
11. Хренов Н. Новая визуальность как проблема культуры. М. – СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2019.
12. Siles I., Espinoza-Rojas J., Naranjo A., Tristán M. F. The Mutual Domestication of Users and Algorithmic Recommendations on Netflix // 2019.Communication, Culture & Critique. 2019. Vol. 12. Iss. 4.

Информация об авторах | Author information**Мехоношин Василий Юрьевич¹**, к. культ.¹ Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Санкт-Петербург**Vasiliy Urevich Mekhonoshin¹**, PhD¹ National Research University Higher School of Economics, Saint Petersburg¹ jamesholt87@gmail.com**Информация о статье | About this article**

Дата поступления рукописи (received): 08.07.2024; опубликовано online (published online): 26.08.2024.

Ключевые слова (keywords): трансформация медиапотребления; новая зрелищность; интерактивный опыт просмотра; этапы цифровизации экрана; стриминг-сервисы; Новый Голливуд; фильмы; сериалы; Netflix; Hulu; HBO Max; media consumption transformation; new spectacle; interactive viewing experience; stages of screen digitization; streaming services; New Hollywood; movies; TV series.