

УДК 007; 316.776.22; 791.43

ББК 60.524; 71.07; 85.37

Малолеткин Максим Федорович

Аспирант, Всероссийский государственный институт кинематографии
им. С.А. Герасимова, 129226, Россия, Москва, ул. Вильгельма Пика, 3
ORCID ID: 0000-0003-3724-5346

ResearcherID: JRY-9737-2023

mail@ffbsoffa.org

Ключевые слова: информационный шум, информационная перегрузка,
кинематограф, социальная коммуникация, ценность, замысел,
сторис, клипы, нелинейные экранные искусства, эфемерный контент,
моментальность, подлинность, симулякры



This is an open access article distributed under
the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

DOI: 10.51678/2226-0072-2025-2-414-447

Для цит.: Малолеткин М.Ф. «О, дивный эфемерный мир!». Размышления
о нелинейности в экранных искусствах // Художественная культура.
2025. № 2. С. 414–447. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2025-2-414-447>.

For cit.: Maloletkin M.F. 'Brave Ephemeral World'. Reflections on Non-Linearity
in Screen Arts. *Hudozhestvennaya kul'tura* [Art & Culture Studies], 2025, no. 2,
pp. 414–447. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2025-2-414-447>. (In Russian)

Малолеткин Максим Федорович

«О, дивный эфемерный мир!» Размышления о нелинейности в экранных искусствах

Maloletkin Maksim F.

PhD Student, S.A. Gerasimov All-Russian University of Cinematography,
3 Wilhelm Pieck Str., Moscow, 129226, Russia
ORCID ID: 0000-0003-3724-5346

ResearcherID: JRY-9737-2023

mail@ffbsoffa.org

Keywords: information noise, information overload, cinema, social
communication, value, concept, stories, clips, non-linear screen arts,
ephemeral content, momentariness, authenticity, simulacra

Maloletkin Maksim F.

'Brave Ephemeral World'. Reflections
on Non-Linearity in Screen Arts

Аннотация. Настоящая статья продолжает и развивает исследование феномена информационного шума в экранных искусствах. В этот раз внимание уделяется нелинейному экранному искусству (клипы, сторис). Рассматривается взаимосвязь с телевидением как предшественником нелинейных экранных искусств. Проведен статистический анализ и нарративный разбор различных материалов нелинейного экранного искусства. Потребление таких форматов может привести к фрагментарному мышлению и увеличению спроса на «легкие зрелища». Современный человек сокращает время запоминания и проявляет резистентность к «большим» материалам, что частично влияет на просмотр полнометражных и короткометражных фильмов или прочей сложной информации. Вышеизложенное рассматривается как часть процесса долгосрочной трансформации экранных искусств в новую форму восприятия.

Abstract. This article explores the phenomenon of information noise in screen arts, with a focus on non-linear formats such as clips and stories. The study examines how television served as a predecessor to modern non-linear screen arts, presenting both statistical and narrative analysis of various non-linear content. Research shows that consuming content of such formats may lead to fragmentary thinking and increased demand for 'light entertainment'. Modern viewers demonstrate shorter attention spans and resistance to lengthy content, which affects their perception of feature films, short films, and other complex media. These changes are viewed as part of a broader transformation of screen arts into new forms of perception.

Но поймите меня, доктор, это же глупо. Я родился на свет не для того, чтобы писать репортажи...

А может, я родился на свет, чтобы любить женщину. Разве это не в порядке вещей?

Камю А. Чума⁽¹⁾

Введение

Повседневная жизнь современного человека неразрывно связана с непрерывным потоком информации, поступающей через мобильные устройства. Ежедневные моменты, от пробуждения до сна, сопровождаются постоянным взаимодействием с цифровыми устройствами, которые формируют нынешние условия восприятия и потребления информации. Трансформация социального поведения особенно заметна в городской среде, где традиционные формы коммуникации чаще замещаются цифровым взаимодействием.

В этом цикле взаимосвязи кажется, что такой человек обрек себя на постоянное пребывание перед экранами, предлагающими удивительный мир впечатлений. И когда современные устройства стали неотъемлемой частью жизни, возникает ощущение нехватки сути и глубины бытия. Стираются границы реального и мнимого. Многие, что казалось искренним и подлинным, теперь симулякр, «пустая обертка» [Маньковская, 2018, с. 192–230]. Все, что ранее было подлинным, теперь становится эфемерным, вплоть до любви. Все, что может оказаться истинным, подменяется аналогией. И самое интересное, что и эти мысли могут оказаться совершенно неуникальными.

В мире, где современные устройства стали частью человеческого бытия, истинное общение и глубокие эмоциональные связи становятся все более экзотическими и редкими. Информационный поток, подобно бесконечному водопаду, наводняет наше сознание, создавая препятствия для осмысленного взаимодействия.

Утрата человеком контроля над значимыми процессами, неопределенность и прогрессирующая незащищенность личности перед лицом неконтролируемых перемен, ситуации, которые вынуждают человека отказаться от достижения перспективных целей [см.: Бауман, 2005] — все это представляется своего рода «цифровым гетто», в котором человек произвольно оказывается. Это место, где

пространство и время сжимаются, а быстрый доступ к любому знанию и виртуальное взаимодействие становятся нормой, и реальность воспринимается через «фильтр».

«Сторис» и «клипы» не просто отражают моментальные фрагменты жизни; они формируют новый язык визуального общения, представляя собой уникальное сочетание реальности и инсценированности. В них присутствуют и кратковременность, и фрагментированность; многое сосредоточивается на визуальном и мгновенном. Они становятся не просто средством выражения, но и инструментом создания альтернативной реальности, где каждый момент жизни подлежит редактированию, украшению и представлению для аудитории.

В предыдущем исследовании была осуществлена попытка рассмотрения феномена «информационного шума» в рамках кинематографа [Малолеткин, 2024, с. 534–567]. Это исследование продолжает и развивает настоящая статья, в рамках которой предполагается проанализировать влияние нелинейных форм экранных искусств на наше восприятие реальности, а также возможность введения их в исследование как новой категории визуального искусства.

Определение и обоснование понятия «нелинейные экранные искусства»

Хотя указанные формы экранного искусства могут показаться новшеством, они имеют длительную историю. Эти короткие, но насыщенные контентом произведения, такие как «сторис» в социальных сетях, короткие видео на цифровых платформах, а также информационные панели в общественных местах, — все они сосредоточиваются на мгновенном и фрагментарном потреблении информации. В отличие от кино и телевидения, данные формы медиа предоставляют аудитории контент, не требующий линейного восприятия.

Исторически первые шаги к их формированию можно проследить с развитием телевидения в XX веке. В 1950-х годах, когда телевизоры стали массовым товаром, кинопроизводители столкнулись с серьезным вызовом. Телевидение предоставляло новое удобство — развлечение дома. И в ответ на угрозу уменьшения аудитории киноиндустрия начала производить фильмы в технически усовершенствованных форматах, предлагая зрителям то, что не могло дать телевидение — эффект

(1) Камю А. Чума / Пер. с фр. Н. Жарковой, М. Ваксмахера. М.: АСТ, 2020. С. 107.

присутствия и иммерсивное погружение (CinemaScope, Dolby Surround, THX) [Wright, 2005, p. 24–39; Смирнов, 2020]. Тем не менее телевидение адаптировалось, акцентируя развитие собственной аудиовизуальной продукции, что в конечном итоге привело к появлению таких форм, как сериалы и телешоу, которые можно было смотреть, не выходя из дома [Быков, 2016, с. 93–96].

Эта борьба между кино и телевидением способствовала бурному развитию новых технологий и методов в обеих индустриях, но также ускорила появление и популяризацию нового вида экранных искусств. И хотя они шли разными путями, каждая область привнесла свои инновации в культурную парадигму восприятия искусства, что, в свою очередь, внесло вклад в современное понимание медиа.

Большую роль в этом сыграло телевидение, потому что его контент был сегментирован. Это стало особенно заметно, когда в 1980-х годах стали появляться музыкальные каналы, такие как MTV, они предлагали короткие видеоклипы, оказавшие значительное влияние на молодежную культуру [Banks, 1997; Jones, 2005; Долгушина, 2005]. Эти форматы в последующем внесли вклад в развитие клипового мышления, для которого характерны фрагментированность и поверхностность. Кроме того, они воспринимаются нередко и без глубокого осмысления, создавая иллюзию насыщенности, что так или иначе отражается в исследованиях информационной перегрузки [Еляков, 2005, с. 114–115]. Как показывает история, эволюция от линейных форматов к нелинейным изменяет не только структуру медиа, но и специфику получения информации, влияя на социальное взаимодействие и культурное самовыражение [см.: Кунаева, Кузовлев, Чигирев, 2013]. Эти формы медиа удовлетворяют потребности современного общества в гибком потреблении контента. Н.И. Утилова писала: «Яркий мир шоу, предстающий в свете софитов, для них такая же реальность, как и повседневность, ибо в наушниках или в гаджетах молодой человек вписывается в ритм обыденной жизни как часть бытия, это как привычный ритм „здесь и сейчас“». К тому же время настолько спрессовано, что оно течет как бы в двух плоскостях — линейно и вертикально одновременно» [Утилова, 2022, с. 119]. И в этом смысле «истории» в социальных сетях, короткие видео и другие подобные форматы отражают нынешнюю повседневную жизнь, создавая новый мир культурного потребления, где

линейная целостность уступает место нелинейной фрагментарности и мгновенности.

Интересно вспомнить размышления Ж. Бодрийяра о том, как современные формы делают людей «не зрителями и очевидцами, а просто получателями информации». Переориентация с традиционных «сцен, где что-то разыгрывается», на «ленты, треки, перфокарты» [Бодрийяр, 2015, с. 208] особенно заметна в современных аудиовизуальных форматах.

В похожем ключе Зигмунт Бауман отмечал, что в современном мире «общественное внимание стало наиболее редким из товаров». По его мнению, средства массовой информации не имеют достаточно времени для взращивания долгосрочной славы, однако эффективно способствуют быстрому распространению известности [Бауман, 2005, с. 167–168]. Эти процессы существенно влияют на структуру современного медиапотребления, где контент должен моментально привлекать внимание.

Маршалл Маклюэн, описывая средства массовой информации как «сообщение», подчеркивал, как технологии формируют не только способ передачи информации, но и саму природу информации [см.: Маклюэн, 2003]. В контексте нынешней действительности это проявляется в том, как технологии медиапроизводства создают все более фрагментированный и ориентированный на немедленное потребление контент.

Исходя из этого, предлагается ввести в научное поле понятие «нелинейные экранные искусства» и описать его как форму, которая характеризуется отсутствием обязательной последовательности восприятия, кратковременностью воздействия, ориентирована на быстрое и мгновенное потребление информации и нацелена на удовлетворение постоянно меняющихся потребностей современной аудитории.

Важно подчеркнуть, что «нелинейность» как термин предлагается использовать в нестандартном контексте, а именно в качестве его проявления в двух измерениях: со стороны создателя и со стороны зрителя. Если традиционные форматы кино и телевидения предполагают последовательное, линейное восприятие материала от начала до конца, то «нелинейные экранные искусства» предлагается охарактеризовать возможностью мгновенного произвольного входа и выхода из информационного потока. Эта особенность берет начало

в концепции «нелинейного монтажа», но выходит за его пределы: создатели контента формируют материал, который может восприниматься фрагментарно, а зрители, в свою очередь, получают возможность самостоятельно выстраивать последовательность и глубину его потребления. Такая двусторонняя нелинейность существенно отличает эти формы от кинематографа и телевидения, где целостность восприятия является ключевым элементом художественного замысла.

К проблеме типологии нелинейного экранного искусства

Сегодняшняя медиасреда изобилует разнообразием форм и форматов, каждый из которых вносит свой вклад в культурный ландшафт экранных искусств. Попытки типизировать эти формы могут оказаться сложными из-за их быстрого развития и изменения. Тем не менее можно выделить несколько ключевых категорий «нелинейного экранного искусства», которые влияют на потребительские предпочтения и культурные практики.

Тип I (контентно ориентированный). Характеризуется фокусом на содержании и его целенаправленном поиске аудиторией. К этому типу относятся образовательные видео, информационные материалы и развлекательный контент на современных цифровых платформах. Исторически такие форматы появились как дополнения к энциклопедиям на CD-ROM и LaserDisc (BBC Domesday Project⁽²⁾) и ранние версии Microsoft Encarta⁽³⁾), а с развитием интернета трансформировались в самостоятельные произведения. В современном виде контентно ориентированный тип представлен обучающими видеороликами, аналитическими и/или развлекательными материалами, где ключевую роль играет информационная составляющая (эти материалы можно встретить, просматривая сайты VK, Nuum, RuTube и др.). Нелинейность в контентно ориентированном типе проявляется через возможность выборочного потребления информации: зритель может начать просмотр с любой точки, пропускать или повторно просматривать

(2) См.: <https://archive.org/details/bbc-master-aiv-user-guide-domesday> (дата обращения 12.01.2025).

(3) См.: https://archive.org/details/Microsoft_Encarta_1996_Microsoft_AU.mp4 (дата обращения 12.01.2025).

фрагменты, выстраивая собственную траекторию освоения материала. Со стороны создателя нелинейность выражается в структурировании контента как самодостаточных информационных блоков, каждый из которых может восприниматься как независимо от остальных, так и вместе, как единое целое.

Тип II (персонально ориентированный) сфокусирован на непосредственном взаимодействии автора с аудиторией, где ключевую роль играет личность самого автора и его способность к самовыражению в условиях работы системы персональных рекомендаций. Характерным примером служат «сторис» — формат, который М. Вишневецкая определяет как «функцию, позволяющую публиковать в социальной сети короткие видео и фото вне основной ленты, автоматически исчезающие через 24 часа» [Словарь перемен 2017–2018, 2022, с. 29–30]. Этот медиаформат создал новую парадигму медиапотребления, ориентированную на демонстрацию личной жизни, эмоций и впечатлений авторов. Сюда же относится формат «клипов» (в России — Nuum, VK, Yappy), главное преимущество которого заключается в отсутствии временного ограничения на доступность материала. В отличие от более информационно ориентированного первого типа, здесь ключевой становится эмоциональная связь между автором и аудиторией. Здесь нелинейность достигает наивысшей степени: зритель получает возможность произвольно выбирать контент, который он «предпочитает» смотреть, формируя уникальный поток информации через систему рекомендаций (фактически — материалы подбирает зрителю сама система рекомендаций, что реализовано в функционале видеохостингов). Создатели, в свою очередь, производят контент, изначально рассчитанный на мгновенное восприятие, что принципиально отличается от традиционного линейного повествования.

Тип III (пространственно ориентированный) представлен видеоинформационными системами (ВИС) в общественных пространствах [Уразова, 2011]. Экраны, размещенные в метро, на вокзалах и других общественных местах, транслируют короткие новостные сегменты, рекламу и актуальную информацию. Как отмечает В.Д. Эвальд, эти системы не просто транслируют информацию, но формируют особую городскую визуальную культуру, влияя на восприятие и поведение людей в общественных пространствах [Эвальд, 2021, с. 8–20]. В этом смысле нелинейность проявляется особым образом: несмотря на то что

сам контент транслируется линейно (подобно телевидению), зритель обладает полной свободой входа и выхода из информационного потока через простой акт обращения или отвлечения внимания. Находясь в физическом пространстве метро или другого общественного места, человек может произвольно переключаться между просмотром контента на экране и другими действиями (использование смартфона, чтение, наблюдение за окружающим пространством), и это создает персональный, нелинейный паттерн потребления даже линейно транслируемого контента.

Классификация этих форм экранного искусства требует учета их уникальных характеристик и способов взаимодействия с аудиторией. Каждый из этих форматов использует специфические подходы к доставке контента, что отражает их функциональные особенности и целевую аудиторию.

Стоит отметить, что границы между выделенными типами могут быть достаточно размытыми и некоторые форматы могут демонстрировать черты сразу нескольких категорий, что указывает на возможность более сложных взаимосвязей между различными формами «нелинейных экранных искусств». Так, любительские документальные материалы (например, видеоблоги) могут сочетать в себе как признаки первого типа, где на переднем плане выступает содержание, так и признаки, присущие второму типу, где ключевую роль играет форма и непосредственное самовыражение автора. Аналогично, компиляции лучших моментов из прямых трансляций или других видео занимают промежуточное положение, сочетая элементы контентной ориентированности и акцента на эмоциональное вовлечение. Это размытие границ между типами может указывать на возможность уточнения исследуемой типологии.

Отдельное внимание следует обратить на пространственно ориентированный тип. Возрастающая интеграция цифровых технологий в городскую инфраструктуру способствует созданию нового типа визуального искусства, которое можно воспринимать на ходу. Его эфемерная специфика позволяет отнести его к так называемым «быстрым» экранным искусствам.

Показательным примером развития этого типа служат медиаэкраны в токийском районе Шибуйа — эти инсталляции сопровождаются аудиосистемой, усиливающей визуальное воздействие, что делает



Ил. 1. Медиаинсталляции в районе Шибуйа, Токио (Япония): интерактивные рекламные экраны. Источник: *Imada K.* A Super Realistic Giant 3D Cat Has Appeared on a Billboard in Shinjuku // Time Out Tokyo. 12.08.2021. URL: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-super-realistic-giant-3d-cat-has-appeared-on-a-billboard-in-shinjuku-070621>; *Imada K.* A Giant 3D Akita Inu Is Appearing on Billboards around Shibuya Crossing // Time Out Tokyo. 28.07.2022. URL: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-giant-3d-akita-inu-is-appearing-on-billboards-around-shibuya-crossing-072822>; *Imada K.* Tokyo Now Has Three 3D Billboards with Cute, Realistic Animation // Time Out Tokyo. 17.05.2023. URL: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-super-realistic-giant-3d-cat-has-appeared-on-a-billboard-in-shinjuku-070621>

Fig. 1. Media installations in Shibuya district, Tokyo (Japan): interactive billboards. Source: *Imada K.* A Super Realistic Giant 3D Cat Has Appeared on a Billboard in Shinjuku // Time Out Tokyo. 12.08.2021. URL: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-super-realistic-giant-3d-cat-has-appeared-on-a-billboard-in-shinjuku-070621>; *Imada K.* A Giant 3D Akita Inu Is Appearing on Billboards around Shibuya Crossing // Time Out Tokyo. 28.07.2022. URL: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-giant-3d-akita-inu-is-appearing-on-billboards-around-shibuya-crossing-072822>; *Imada K.* Tokyo Now Has Three 3D Billboards with Cute, Realistic Animation // Time Out Tokyo. 17.05.2023. URL: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-super-realistic-giant-3d-cat-has-appeared-on-a-billboard-in-shinjuku-070621>

взаимодействие с экранами более эмоциональным и запоминающимся. Использование звукового решения не просто дополняет визуальное впечатление, но и делает взаимодействие с экраном более глубоким и натуральным, заставляя зрителей останавливаться и уделять аудиовизуальному «детищу» больше внимания [Imada, 2021; Imada, 2022; Imada, 2023].

Не менее интересный пример реализации пространственно ориентированного типа можно наблюдать в Московском метрополитене,

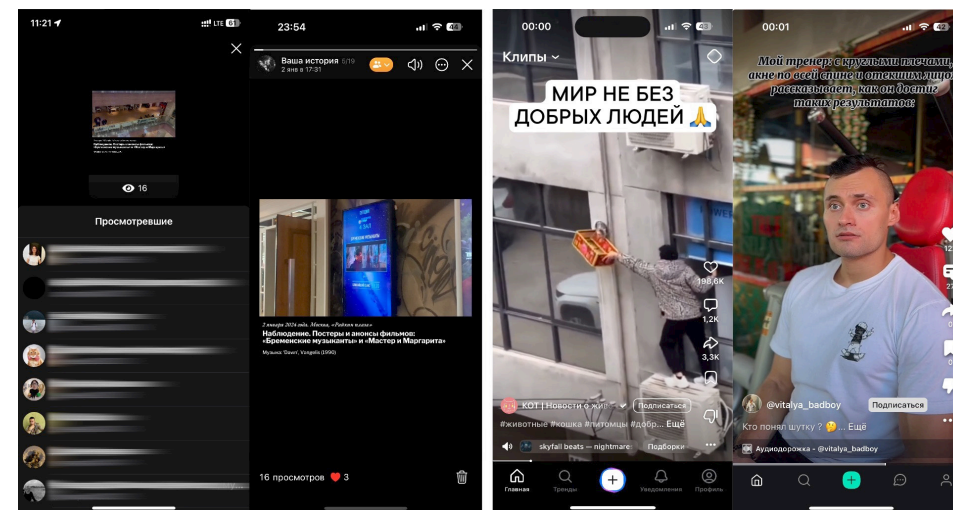


Ил. 2. Информационные экраны в Московском метрополитене: табло времени на станции Кунцевская (Большая кольцевая линия); навигационная система внутри поезда «Москва»; «крупный экран» в вестибюле станции «ЦСКА» (Большая кольцевая линия). Фото: М.Ф. Малолеткин, 2024

Fig. 2. Information displays in the Moscow Metro: the time display at the Kuntsevskaya station (the Big Ring line); the navigation system inside the 'Moscow' train; the large screen in the lobby of the TSKA station (the Big Ring line). Photo: M.F. Maloletkin, 2024

где медиаэкраны используются для трансляции социальной рекламы и информационных материалов. Наиболее подробно этот феномен исследован в работе В.Д. Эвальдье, описывающей специфику визуального воздействия в московском метро [Эвальдье, 2021, с. 8–20]. Экраны используются для трансляции социальных роликов и качественно выполненных рекламных материалов, что не только поднимает имидж подземного транспорта, но и обогащает ежедневный опыт пассажиров. Эвальдье пишет: «Эти ролики — „вкусная“ пища для сонных по утрам или уставших к вечеру пассажиров...» [Эвальдье, 2021, с. 11], — подчеркивая, как медиаинформационные экраны делают повседневные поездки менее утомительными и более приятными. Если раньше можно было увидеть ролики, сравнивающие машинистов с пилотами гражданской авиации или демонстрирующие дорожные схватки гонщиков, то с недавнего времени стали показываться материалы, рассказывающие о правилах поведения в транспорте,

«О, дивный эфемерный мир!» Размышления о нелинейности в экранных искусствах



Ил. 3. Примеры нелинейных экранных искусств второго типа (персонально ориентированного): слева — формат «сторис» с ограниченным временем доступности и функцией просмотра статистики; справа — формат «клипов» с постоянным размещением. Источник: скриншоты автора, 2024

Fig. 3. Examples of non-linear screen arts type two (personal-oriented): on the left — 'stories' format with limited availability time and viewing statistics; on the right — 'clips' format with permanent placement. Source: author's screenshots, 2024

новости о развитии столицы. Отдельно стало внедряться табло с отображением часов на станционных экранах, вызывающее ощущение скоротечности времени.

«Сторис» и «клипы», форматы второго типа, иллюстрируют динамичный и изменчивый культурный ландшафт цифровой эры. Их производство характеризуется простотой и доступностью, ведь создание таких материалов не требует сложного оборудования или длительных съемочного и монтажно-тонировочного периодов, свойственных традиционному кинопроизводству. Такая доступность производства открывает возможности для широкого круга создателей: от обычных пользователей, фиксирующих моменты повседневной жизни, до профессиональных блогеров и маркетологов, использующих эти форматы для продвижения брендов. Наличие смартфона фактически превращает любого пользователя в потенциального автора, способного создавать контент в реальном времени. Как и новости, имеющие

тенденцию быстро устаревать, «сторис» и «шортс» характеризуются своей мимолетностью и акцентом на актуальность, что подчеркивает динамичность и изменчивость современного информационного потока. Эта кратковременность воздействия способствует формированию новых паттернов восприятия медиаконтента, где зрители ожидают непрерывное обновление и новизну, что значительно отличается от более длительного и глубокого погружения, требуемого кинематографом. В этом контексте форматы могут быть рассмотрены как современное продолжение традиции визуального повествования, их быстрая обновляемость и способность к мгновенному распространению информации в некотором смысле напоминают трансформацию медиа с момента изобретения телеграфа и дальше — через развитие радио, телевидения и, наконец, интернета.

Согласно исследованиям Ассоциации блогеров и агентств (АБА), в 2024 году наблюдается значительный рост потребления краткосрочного видеоконтента на российских цифровых платформах. Аудитория VK Клипы за год увеличилась на 9,8 млн и достигла 66,6 млн пользователей, что демонстрирует растущий интерес к формату коротких видео. Общая аудитория VK Видео превысила 72,2 млн пользователей, показав прирост в 4,3 млн. Сегмент коротких вертикальных видео стал наиболее динамично развивающимся на российском рынке. Эти данные описывают одну из граней значительных изменений в поведенческих паттернах зрителей и подтверждают, что современные пользователи предпочитают быстрое и эффективное взаимодействие с медиаконтентом, что ставит новые вызовы и возможности перед создателями и распространителями медиа [В Ассоциации блогеров, 2024].

Статистический анализ

Данный раздел посвящен анализу одной из форм нелинейного экранного искусства — видеоклипов. В условиях ограничений на автоматизированный сбор данных через API, связанных с пользовательскими соглашениями сервисов, в рамках данного исследования наиболее целесообразным оказался метод ручного анализа контента.

Для исследования были выбраны два сервиса: VK, Yappy. Все приложения были впервые установлены на мобильное устройство

под управлением iOS, что обеспечило исходные настройки рекомендательных систем. Просмотр осуществлялся преимущественно в анонимном режиме. После запуска приложений производилась запись видеоряда с помощью встроенной функции записи экрана смартфона. Было отобрано 100 клипов (по 50 с каждой платформы). Общая длительность записанного видеоматериала составила 41 минуту 55 секунд (где VK — 00:18:00, Yappy — 00:23:55).

Для работы с видеоматериалом использовалась программа TapeXPlayer, разработанная специально для данного исследования⁽⁴⁾. Программа реализует принцип линейного просмотра видеоматериала, характерный для профессионального телевизионного оборудования эпохи магнитной записи. Функционал программы, включающий режимы прямого и обратного воспроизведения, ускоренный просмотр и замедленное кадровое воспроизведение, позволил сделать процесс сбора материала более систематичным. На основе просмотра формировалась таблица, включающая в себя временные метки (в формате часы: минуты: секунды: кадры), краткое описание ролика и примечания с обоснованием отнесения материала к определенному типу на основе выявленных стилистических характеристик⁽⁵⁾. Интерпретация данных была осуществлена с помощью описания как инструмента теоретического анализа. Сбор данных и анализ материала производился с 16 по 18 ноября 2024 года.

Определение типа содержания клипов основывалось на следующих критериях:

Игровой — клипы, демонстрирующие художественное осмысление действительности через постановочное действие и четкую драматургическую структуру. Стилистически такие материалы характеризуются тщательно продуманной композицией и использованием классических кинематографических приемов, в частности приема «восьмерки» при съемке диалогов. Особое внимание уделяется

(4) TapeXPlayer (репозиторий GitHub, на английском языке). URL: <https://github.com/ffbsoffa/TapeXPlayer>.

(5) Собранные видеоматериалы и таблица с данными доступны по следующим ссылкам: таблица — URL: https://files2.ffbsoffa.org/tact2311642/tact2311642_statstable_16112024.pdf; исходные материалы № 1 — URL: https://files2.ffbsoffa.org/tact2311642/yappy_16112024.mp4; исходные материалы № 2 — URL: https://files2.ffbsoffa.org/tact2311642/vkclips_16112024.mp4.

построению мизансцены и актерской игре, даже если один автор исполняет несколько ролей. В таких клипах сохраняется классическая драматургическая структура (завязка — кульминация — развязка), адаптированная под специфику формата конкретной платформы.

Информационно-документальный — клипы, фиксирующие реальные события и процессы, где спонтанность записи и естественность происходящего становятся ключевыми стилистическими характеристиками. В современном медиaprостранстве этот формат часто реализуется через влоги⁽⁶⁾, где автор ведет повествование «от первого лица», используя нестабильную камеру как художественный прием для создания эффекта присутствия. Характерный «прыгучий монтаж» и минимальная цветокоррекция подчеркивают достоверность происходящего, а использование субтитров помогает контекстуализировать происходящее для зрителя.

Цитатный — клипы, представляющие собой творческое переосмысление существующего контента через принцип смысловой реконтекстуализации. Монтаж в таких материалах строится на соединении фрагментов оригинальных произведений с новыми звуковыми дорожками и текстовыми комментариями, создавая дополнительные смысловые пласты. Авторы активно используют эффекты искажения и фильтры, намеренно нарушая линейность исходного повествования для создания новых смысловых акцентов. Особую роль играет работа с субтитрами, которые не просто дублируют происходящее, а создают дополнительный нарративный уровень. Монтаж в таких материалах максимально воплощает принцип нелинейности через намеренное разрушение исходной структуры повествования и создание новых смысловых связей.

Образовательный — клипы, направленные на эффективную передачу знаний и навыков через структурированную аудиовизуальную форму. Их отличает особая организация материала, где каждый монтажный переход маркирует логическое завершение одного этапа и начало следующего. Стилистически такие материалы характеризуются активным использованием полиэкрана для наглядной демонстрации

сложных концепций, а ключевые моменты часто показываются в замедленной съемке или повторяются с разных ракурсов для лучшего усвоения. Текстовое сопровождение приобретает роль основного носителя информации, формируя четкую пошаговую структуру повествования. Структурирование материала в виде самодостаточных и воспроизводимых информационных блоков позволяет зрителю выстраивать собственную траекторию обучения.

Интерактивно-игровой — формат, выстраивающий прямую коммуникацию между автором и аудиторией. Стилистической особенностью становится явное присутствие диалога с подписчиками: авторы отвечают на поступающие вопросы, приглашают зрителей к участию в создании контента. Характерным примером служат различные интерактивные задания, где автор предлагает аудитории выполнить определенное действие или принять участие в эксперименте. Текстовые вставки и графические элементы используются для структурирования этого диалога и обозначения форм участия.

Иммерсивно-созерцательный — тип клипов, где эстетическое начало преобладает над нарративным. Стилистически такие материалы характеризуются акцентом на визуальной красоте объекта съемки, будь то природные явления, хореографические выступления или модельные съемки. В этих материалах особое внимание уделяется композиции кадра, плавности движения камеры и световому решению. Монтаж минималистичен, что позволяет зрителю сконцентрироваться на эстетическом восприятии происходящего. Звуковое решение, как правило, усиливает визуальный эффект, создавая целостное аудиовизуальное произведение. Нелинейность проявляется в свободе зрителя погружаться в созерцание на любом моменте просмотра.

Анализ ста единиц контента выявил значительное разнообразие жанров клипов, отражающее изменения в предпочтениях современной аудитории. Исследование позволило не только определить шесть основных типов короткоформатных экранных произведений, но и проследить, как их стилистические и функциональные особенности формируют новую аудиовизуальную культуру цифровой эпохи. Доминирование цитатных (40 единиц) и информационно-документальных материалов (17 единиц) представляется закономерным отражением двух фундаментальных потребностей современной аудитории:

(6) Слово «влоги» используется как сокращение от слова «видеоблоги». См.: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/vlog> (дата обращения 18.12.2024).

Типы	VK	Yappy	Всего
Цитатный	30	10	40
Информационно-документальный	5	12	17
Иммерсивно-созерцательный	10	8	18
Игровой	4	13	17
Образовательный	1	4	5
Интерактивно-игровой	0	3	3
Всего	50	50	100

Ил. 4. Распределение клипов по типам контента (N=100). Таблица. Данные собраны 16 ноября 2024 года. Составитель: М.Ф. Малолеткин
Fig 4. Content type distribution analysis of short videos (N=100). Table. Data collected: November 16, 2024. Compiler: M.F. Maloletkin

в переосмыслении существующего контента и в аутентичной фиксации реальности.

Цитатные форматы, особенно заметные в VK (30 единиц), демонстрируют формирование новой культуры медиапотребления, где исходный материал становится основой для создания новых смыслов⁽⁷⁾. В этих работах коллажный принцип монтажа и намеренное нарушение линейности повествования выходят за рамки простого цитирования, создавая многоуровневые тексты. Когда знакомые визуальные образы помещаются в новый контекст через наложение альтернативных фонограмм и текстовых комментариев⁽⁸⁾, возникает своеобразный диалог между оригинальным произведением и его современной интерпретацией.

(7) См. видеоряд № 2, временные участки — 00:02:27:01–00:02:38:24, видеоматериал о животном, демонстрирующий переосмысление исходного видеоряда через новый контекст.
(8) См. материал № 2 (00:03:53:18–00:04:05:02) — яркий пример реконтекстуализации, где через сочетание исходного видеоряда встречи подруг, нового субтитра и музыкального фрагмента создается многоуровневое высказывание о человеческих отношениях, демонстрируя характерное для цитатного формата переосмысление материала.

Информационно-документальные материалы преобладают в Yappy (12 единиц), что отражает тенденцию к демократизации медиапроизводства. Влоги и репортажные материалы, как их наиболее яркое проявление, характеризуются приверженностью к натурным съемкам, естественному освещению и спонтанности происходящего⁽⁹⁾. Такой подход к съемке подчеркивает документальную достоверность и аутентичность контента.

Иммерсивно-созерцательные материалы (18 единиц) показывают особый тип контента, где основной акцент делается не только на визуальной эстетике процесса, но и на красоте человеческого тела и движения⁽¹⁰⁾. Монтаж в таких клипах минималистичен, без резких переходов, что позволяет зрителю полностью погрузиться в наблюдение за происходящим.

Игровые форматы (17 единиц), получившие наибольшее развитие на платформе Yappy (13 единиц), демонстрируют интересную адаптацию классической кинодраматургии к новым условиям медиапотребления. Авторы активно используют традиционные кинематографические приемы, такие как «эффект Кулешова», «восьмерка» при съемке диалогов⁽¹¹⁾, создавая сложные драматургические конструкции даже в рамках малого хронометража. Это согласуется с идеями Андре Базена о природе кинематографического языка [см.: Базен, 1972], получающими новое развитие в современных форматах.

Образовательные (5 единиц) и интерактивно-игровые форматы (3 единицы), несмотря на относительно небольшое количество, показывают важные тенденции в развитии медиа. В образовательных материалах четкое структурирование через монтажные переходы и использование полиэкрана создают эффективную форму визуального

(9) См. материал № 2 (00:07:17:14–00:08:28:22) — репортажно-событийный видеоряд, снятый в Нью-Йорке возле транспортно-пересадочного узла Oculus, демонстрирующий характерные черты документального материала: натурная съемка, естественное освещение и спонтанность происходящего.
(10) См. материал № 2 (00:03:00:20–00:03:13:28) и материал № 1 (00:16:38:00–00:17:12:11) — примеры иммерсивно-созерцательных материалов с акцентом на эстетике движения и визуальной красоте.
(11) См. материал № 1 (00:21:17:22–00:21:29:24) — пример применения «эффекта Кулешова»; материал № 1 (00:21:29:24–00:22:11:00) — пример использования классической схемы «восьмерки» в съемке диалога.

обучения⁽¹²⁾. Интерактивно-игровые форматы демонстрируют размывание границы между создателем и потребителем контента, приглашая последних совершить действие⁽¹³⁾.

Анализ всех рассмотренных типов контента выявляет ряд общих технических и стилистических приемов. Прежде всего, это активное использование динамичного монтажа, визуальных эффектов и продуманного музыкального сопровождения — традиционных признаков рекламного формата. Такое сочетание создает сильное эмоциональное воздействие и помогает удерживать внимание зрителя в условиях высокой конкуренции за внимание аудитории.

Такая трансформация медийного пространства демонстрирует формирование новой визуальной культуры, где нелинейные экранные искусства не просто выступают как каналы информации, но становятся активными участниками культурного и социального диалога. Они не только отражают, но и формируют новые социальные нормы и способы коммуникации, создавая механизмы для новых форм взаимодействия в цифровую эпоху.

Нарративный анализ различных типов «нелинейного экранного искусства»

Уделим внимание нарративному анализу аудиовизуальных материалов, на примере которых будет проиллюстрировано развитие «нелинейного экранного искусства». В ходе анализа будет обращено внимание на теоретический инструментарий К. Шеннона — У. Уивера, Г.М. Маклюэна, З. Баумана, Дж. Миллера, Ж. Бодрийяра, С.М. Эйзенштейна. Эти же материалы будут сопоставлены между собой, чтобы найти в них структурные сходства и различия. Для детального анализа были выбраны репрезентативные примеры кулинарного и информационно-документального жанров, позволяющие проследить ключевые изменения в нарративных стратегиях при переходе от линейного к нелинейному повествованию.

Рассмотрим трансформацию кулинарного формата на примере трех произведений, объединенных общей тематикой — процесс приготовления блюд на основе куриного филе. В линейном формате, представленном телепрограммой «Обед безбрачия» с И. Лазерсоном (производство «Еда ТВ»)⁽¹⁴⁾, проявляется классическая модель коммуникации по Шеннону-Уиверу: четко определенный отправитель (профессиональный шеф-повар) передает сообщение через телевизионный канал определенной аудитории. Произведение демонстрирует характерные черты классического телевизионного производства: неспешный темп повествования, обусловленный фиксированным хронометражем, и многоуровневую структуру контента. Помимо непосредственно кулинарной составляющей, программа включает культурно-просветительский аспект — рассуждения об этикете и особенностях мужского быта, что определяется четкой целевой аудиторией передачи. Профессиональное производство характеризуется павильонной съемкой, многокамерной операторской работой с использованием режиссуры, четким разделением функций членов съемочной группы и структурированным повествованием с применением межпрограммных элементов.

В видеоматериале блогера Алексея Морозова (псевдоним Грильков)⁽¹⁵⁾ как представителе «нелинейного экранного искусства» первого типа трансформация коммуникационной модели становится очевидной: канал передачи информации теперь допускает обратную связь через комментарии и «лайки», что существенно меняет характер передачи информации. Примечательна трансформация авторской позиции: место профессионального эксперта занимает увлеченный любитель, что отражается в характере коммуникации со зрителем. В терминах Бодрийяра, происходит демократизация симуляции профессионального кулинарного опыта — любитель создает собственный симулякр экспертного знания. Контент фокусируется исключительно на кулинарной составляющей, утрачивая дополнительные культурные контексты — то есть в этом материале, следуя идеям Миллера, информация по-прежнему структурирована в доступные для восприятия

(12) См. материал № 1 (00:22:32:12–00:22:53:29) — пример образовательного материала с использованием полиэкрана для наглядной демонстрации техники.

(13) См. материал № 1 (00:09:07:11–00:09:49:15) — пример интерактивно-игрового формата с прямым вовлечением аудитории.

(14) См.: <https://www.tveda.ru/recepty/obed-bezbrachiya/ilya-lazerson/>.

(15) См.: «Сочная куриная грудка (Вкусно и быстро)» (RuTube — @Grillkov, 24.10.2017). URL: <https://rutube.ru/video/1178c6bb27dc39b6337dee2cd49f50c/>.

блоки, но их объем уменьшается. Изменяется и визуальное решение: вместо многокамерной съемки используется последовательная запись с отдельной проработкой крупных планов как следствие технических ограничений. Хронометраж становится более гибким, а межпрограммные элементы сводятся к минимуму (есть только заставка канала).

Радикальная трансформация нарратива происходит в формате «нелинейного экранного искусства» второго типа, представленного клипом в хостинге ВК Видео (Олег Григорьев, «Славный Друже» — Обломов)⁽¹⁶⁾. Здесь наблюдается максимальная адаптация под специфику мобильных устройств: вертикальный формат кадра, предельная компрессия информации при сохранении обучающей функции, моментальное погружение в процесс без развернутой преамбулы. Каждый монтажный переход становится эмоциональным «ударом» [Кемарская, 2018, с. 19–20; Ключева, 2020, с. 11–13], а вертикальный формат кадра и динамичный монтаж создают то, что Маклюэн назвал бы «горячим» медиа — требующим минимального достраивания со стороны зрителя [Маклюэн, 2003, с. 14–20]. В логике Баумана, это идеальное воплощение современной фрагментарности опыта. Информационная компрессия достигает такого уровня, что, согласно теории Миллера, требует особых механизмов кодирования информации — отсюда активное использование текстовых элементов и хештегов как дополнительных семантических якорей. Также в этом материале отмечается использование рекламных вставок.

Сравнительный анализ трех форматов выявляет как их общие черты, так и существенные различия. Базовая образовательная функция, реализуемая через пошаговую демонстрацию процесса, сохраняется во всех форматах, однако темп подачи информации существенно варьируется: от неспешного повествования в линейном формате через умеренный темп в «нелинейном экранном искусстве» (НЭИ) первого типа к максимально сжатому изложению в клипе как представителе второго типа. Прослеживается тенденция к демократизации производства и трансформации роли автора от эксперта к «равному среди равных».

(16) См. клип @oblomoffrecipe: https://vkvideo.ru/@atpiska/clips?z=clip-16517666_456247060%2Fclub16517666.

Не менее показательна трансформация нарративных стратегий в информационно-документальном жанре, что можно проследить на примере репрезентации военных событий между СССР и Германией в период с 1941 по 1945 год. В линейном формате, представленном классическим документальным фильмом «Великая Отечественная» (режиссеры — И.В. Венжер, И.Ф. Сеткина, ЦСДФ, 1965)⁽¹⁷⁾, событие раскрывается через последовательное повествование с использованием монтажа хроники как одного из традиционных приемов документалистики. Авторская концепция реализуется через тщательно выстроенную драматургию, где каждый элемент подчинен общей идее осмысления трагедии. Особенно ценна вступительная справка об обстоятельствах съемки этого фильма (в частности — использование киноархивов из ГДР и других стран), что добавляет подлинности этому фильму.

Схожий принцип нелинейной организации материала демонстрирует другой представитель первого типа — документальный видеоролик о военных операциях 1942–1943 годов⁽¹⁸⁾ (лекторий «Достоевский»). В этом произведении реализован принципиально новый подход к структурированию исторического контента через систему временных меток и интерактивного оглавления. Авторы разделяют повествование на тематические блоки, каждый из которых доступен для мгновенного перехода через интерактивное описание материала с помощью временных адресов (таймкодов). Такая организация позволяет зрителю самостоятельно выстраивать траекторию изучения материала, фокусируясь на интересующих аспектах — будь то операция «Марс», «Уран» или «Искра». Подобная структура трансформирует линейный исторический нарратив в интерактивное пространство, где зритель получает возможность нелинейного освоения исторического материала, что особенно важно при работе с комплексными историческими событиями.

В формате нелинейного экранного искусства второго типа историческое событие подвергается радикальной трансформации. Видеокадр в Yappy⁽¹⁹⁾, демонстрирует принципиально новый под-

(17) См.: <https://csdfmuseum.ru/films/97-великая-отечественная> (дата обращения 14.01.2025).

(18) См.: https://vkvideo.ru/video-51315244_456240126 (дата обращения 14.01.2025).

(19) См.: https://yappy.media/video/536aafd56d5143549a4939426faffce7?utm_source=url&utm_medium=share&utm_campaign=video (дата обращения 18.01.2025).

ход к репрезентации исторической памяти. Материал построен на основе съемки раскопок в местах боев 1941 года у деревни Троицкое Московской области. Музыкальное оформление и текстовые вставки усиливают эмоциональное воздействие, формируя многоуровневый символично-ассоциативный ряд. Формат, ориентированный преимущественно на поколение, не заставшее войну, трансформирует историческую память в медийный артефакт, адаптированный под современные паттерны восприятия информации.

Сопоставление этих трех подходов к документальному материалу выявляет фундаментальные изменения в способах репрезентации исторических событий. Если линейный формат стремится к всестороннему анализу и рефлексии через последовательное повествование, то нелинейные форматы предлагают принципиально иные способы взаимодействия с историческим материалом. НЭИ первого типа через интерактивность создает возможность выборочного исследования события. НЭИ второго типа, напротив, через предельную компрессию информации и эмоциональное воздействие формирует новый тип исторической памяти, адаптированной под клиповое сознание современной аудитории.

Исходя из вышеизложенного, анализ трансформации как кулинарного, так и информационно-документального жанров демонстрирует, что переход к нелинейным экранным искусствам сопровождается не просто изменением формата подачи материала, но принципиальной перестройкой отношений между автором, контентом и зрителем. Нелинейность проявляется как на уровне производства контента (подход организации материала, компрессия информации), так и на уровне его потребления (свобода навигации, вариативность глубины погружения, интерактивность).

О цепочке «создатель — зритель» в контексте информационного шума

В исследовании взаимосвязи между создателем контента и зрителем через призму информационного шума ключевым моментом является понимание того, как чрезмерное количество информации влияет на способность человека к восприятию и обработке данных. В настоящее время наблюдается влияние коротких видео, которые изменяют как

поведение зрителей, так и их мышление. Психолог Джордж Миллер (1956) указывал, что человеческий мозг способен обрабатывать только ограниченное количество информации [Miller, 1956, p. 82–83, 92–93], что подтверждается непрерывным увеличением потоков медийного контента. Это приводит к тому, что современные зрители предпочитают те аудиовизуальные материалы, которые требуют меньших когнитивных усилий для восприятия, что особенно актуально в условиях информационной перегрузки.

Как показывает исследование Т.Н. Шеметовой (2013), такое клиповое мышление приводит к упрощению восприятия информации и уменьшению глубины ее осмысления [Шеметова, 2013, с. 256–258]. Зрители становятся устойчивы к более длительным и сложным медийным форматам, предпочитая быстро усваиваемые и легко перевариваемые куски контента. Поскольку нелинейные экранные искусства часто содержат простой нарратив, зрители располагают возможностью получать информацию с минимальной когнитивной нагрузкой, что создает условия для бессознательного восприятия материала, когда информация пассивно откладывается в памяти. Исследования в области психологии иллюстрируют, что люди могут запоминать и использовать информацию, даже если она была воспринята пассивно. Это явление можно сравнить с «коктейльным» эффектом [Cherry, 1953, p. 976–978], когда человек способен выделить определенную информацию из потока фоновых шумов, фокусируясь на конкретных аспектах. Подобным образом зрители могут запоминать ключевые элементы коротких видео, несмотря на их поверхностное восприятие.

Кроме того, люди быстро привыкают к «хорошему» и стремятся к уменьшению когнитивных усилий, что делает краткосрочные форматы более привлекательными, ибо последние требуют меньше ресурсов для восприятия. Это подкрепляется исследованиями в области когнитивной психологии, которые показывают, что наш мозг стремится минимизировать затраты энергии и усилий при обработке информации [см.: Kahneman, 2011]. В этом смысле непрерывное потребление медиа с краткосрочным содержанием уменьшает способность к глубокому и продолжительному вниманию, что критично при просмотре сложных аудиовизуальных материалов, где требуется следить за множеством сюжетных линий и глубоким контекстом.

Также важно учитывать и вопрос так называемого «парадокса выбора» (Б. Шварц) [цит. по: Scheibehenne, Greifeneder, Todd, 2010, p. 410], когда изобилие контента ведет к поверхностному взаимодействию с материалом, что также способствует предпочтению краткосрочных видео перед длинными фильмами. Этот процесс усугубляется социокультурными изменениями, где скорость и эффективность становятся определяющими факторами потребления информации.

Современные зрители привыкают к мгновенному и краткосрочному контенту, что формирует новое восприятие информации и повышает уровень информационного шума. Это влияет на их способность к длительному и глубокому восприятию, требующему больших когнитивных усилий, что подтверждается исследованиями в области когнитивистики и психологии.

В этом контексте важно учитывать модель коммуникации Шеннона [Shannon, 1948, p. 1–2], в которой процесс передачи сообщения включает несколько ключевых элементов: источник информации, передатчик, канал, приемник и получатель [см.: Narula, 2006, p. 26–29]. Идея, несмотря на свою техническую природу, интерпретируется двусторонне. Процесс передачи/приема сообщения зависит как от участников производства, так и от зрителя. На цепи производителей это характеризуется собственным опытом, видением, стереотипами. На промежуточной цепи изменения, в данном случае спецификой систем рекомендаций, могут резко искажаться первоначальные намерения создателей, приводя к потере ключевых элементов сюжета. Это двустороннее взаимодействие между создателем и зрителем подчеркивает сложность и многоуровневость коммуникации в медиа. В этом смысле нелинейность в экранных искусствах становится совместимой с теоретической концепцией Шеннона.

В процессе коммуникации между создателем контента и зрителем важным аспектом является социокультурный контекст. Люди интерпретируют информацию через призму своего жизненного опыта, культурных норм и стереотипов. Подобно тому, как в криптографии несовпадение ключей может привести к невозможности расшифровки сообщения, различия в культурном и личном опыте могут препятствовать полному пониманию и адекватному восприятию информации. Когда информация становится созвучной во многих аспектах личному опыту зрителя, она воспринимается более корректно

и ясно. В этом смысле уместно вспомнить теоретическую концепцию Стюарта Холла (1973), связанную с тремя позициями декодирования: доминирующей, переговорной и оппозиционной. Доминирующая позиция предполагает полное принятие сообщения так, как это было задумано создателем. Переговорная позиция включает частичное принятие сообщения с адаптацией к своему контексту [Hall, 1973, p. 16–18]. Оппозиционная позиция предполагает полное или частичное отрицание или переосмысление сообщения. Информационный шум возникает, когда зритель не может соотнести сообщение ни с одной из позиций Холла. Это происходит тогда, когда зритель получает материал, который сложно логически понять из-за отсутствия нарратива или когерентной структуры. Такой контент не находит отклика в опыте или культурном контексте зрителя, что приводит к его поверхностному восприятию и быстрому забыванию. В условиях информационного шума передача и восприятие сообщений становятся менее эффективными, что подтверждает важность культурного резонанса и ясного нарратива для успешной коммуникации.

В контексте изучения восприятия медиаконтента представляется целесообразным рассмотреть феномен привыкания (*habituation*). В современной нейробиологии привыкание определяется как один из базовых механизмов обучения, характеризующийся прогрессивным снижением амплитуды или частоты ответа на повторяющуюся сенсорную стимуляцию, которая не несет значимой биологической информации [Schmid, Wilson, Rankin, 2014, p. 1]. Данный механизм играет фундаментальную роль в процессах сенсорной фильтрации и когнитивной обработки информации. Однако экстраполяция нейробиологических концепций привыкания на сферу восприятия медиа требует дополнительных теоретических обоснований и эмпирических исследований. В частности, гипотеза о влиянии регулярного потребления краткосрочного контента на паттерны восприятия более сложных медиаформатов нуждается в верификации.

Заключение

Исходя из вышеизложенного, можно предположить, что современные виды аудиовизуального контента характеризуются тремя ключевыми признаками: повышенной информационной плотностью, свободой

зрительского обращения к материалу (произвольный вход/выход в информационный поток) и адаптированной логикой создания контента, учитывающей его нелинейное потребление.

Размышляя о специфике информационного шума, можно прийти к выводу, что современный человек становится все более резистентен к линейным медийным форматам, предпочитая быстро усваиваемый контент. Эта тенденция не только трансформирует предпочтения реципиентов, но и указывает на необходимость пересмотра подходов к анализу современных медиа.

В данной ситуации предложенный термин «нелинейные экранные искусства» представляет собой попытку описания наблюдаемых изменений на текущем этапе развития экранных искусств. Дальнейшие исследования могут привести к уточнению или переосмыслению данного понятия, что будет способствовать более глубокому пониманию трансформации современных медиа в контексте информационного шума.

Список литературы:

1. Базен А. Что такое кино?: Сборник статей / Пер. с фр.; вступ. ст. И. Вайсфельда. М.: Искусство, 1972. 384 с.
2. Бауман З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005. 390 с.
3. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / Пер. с фр. А. Качалова. М.: Постум, 2015. 240 с. (Технология свободы).
4. Быков Д.В. Конкурентная борьба основных телевизионных холдингов США в первое десятилетие вещания (1946–1956 гг. XX века) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2016. № 4. С. 93–96. URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/philolog/2016/04/2016-04-22.pdf> (дата обращения 27.05.2024).
5. В Ассоциации блогеров назвали наиболее перспективные площадки для размещения видеоконтента // Известия. 25.12.2024. URL: <https://iz.ru/1810998/2024-12-25/v-associacii-blogerov-nazvali-naibolee-perspektivnye-plosadki-dla-razmesenia-videokontenta> (дата обращения 25.12.2024).
6. Долгушина М.Ю. Музыкальная культура в СМИ // Аналитика культурологии. 2005. № 3. С. 32–41. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzykalnaya-kultura-v-smi> (дата обращения 14.05.2024).
7. Еляков А.Д. Информационная перегрузка людей // Социологические исследования. 2005. № 5. С. 114–121.
8. Кемарская И.Н. Аттракцион как элемент экранной драматургии // Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика. 2018. № 3. С. 17–30. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2018.1730>.
9. Ключева Л.Б.С. Эйзенштейн. Агрессия дискурса: теоретическое обоснование // Вестник ВГИК. 2020. Т. 12. № 3 (45). С. 8–28.
10. Кунаева Л.И., Кузовлев А.М., Чигирев Р.Ю, Волков А.В. Новые медиа как реализация информационно-коммуникационных технологий в сети Интернет // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2013. № 3. С. 177–180. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-kak-realizatsiya-informatsionno-kommunikatsionnyh-tehnologiy-v-seti-internet> (дата обращения 09.06.2024).
11. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В.Г. Николаева. М.: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с. (Приложение к серии «Публикации Центра фундаментальной социологии»).
12. Малолеткин М.Ф. Проблематика информационного шума в контексте современного кинематографа // Художественная культура. 2024. № 3. С. 534–567. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2024-3-534-567>.
13. Маньковская Н.Б. Постмодернизм в эстетике // Философская антропология. 2018. Т. 4. № 1. С. 192–230. <https://doi.org/10.21146/2414-3715-2018-4-1-192-230>.
14. Словарь перемен 2017–2018 / Авт.-сост. М. Вишневецкая. М.: Три квадрата, 2022. 288 с.
15. Смирнов Д.Н. Эволюция многоканальных пространственных систем воспроизведения звука // Медиамузыка. 2020. № 11. URL: http://mediamusic-journal.com/issues/11_6.html (дата обращения 24.04.2024).
16. Уразова С.Л. О площадной экранной культуре и принципах формообразования ее продукта. Возвращение к истокам // Медиаскоп. Технологии медиапроизводства. 2011. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/816> (дата обращения 01.06.2024).
17. Утилова Н.И. Роль клипа в современной визуальной культуре // Вестник ВГИК. 2022. Т. 14. № 1 (51). С. 114–125.

- 18 Шеметова Т.Н. Клиповое интернет-сознание как тип пралогического мышления // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 4 (2). С. 254–259.
- 19 Эвалльё В.Д. Полиэкран: к проблеме обозначения понятия // Художественная культура. 2018. № 3. С. 232–255. URL: http://artculturestudies.sias.ru/upload/iblock/70a/hk_2018_03_232_255_evalye.pdf (дата обращения 01.06.2024).
- 20 Эвалльё В.Д. Экранная среда в пространстве Московского метрополитена // Вестник славянских культур. 2021. Т. 60. С. 8–20. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2021-60-8-20>.
- 21 Banks J. MTV and the Globalization of Popular Culture // International Communication Gazette. 1997. Vol. 59. Issue 1. P. 43–60. <https://doi.org/10.1177/0016549297059001004>.
- 22 Cherry C. Some Experiments on the Recognition of Speech, with One and with Two Ears // Journal of the Acoustical Society of America. 1953. Vol. 25. Issue 5. P. 975–979. URL: <https://jontalle.web.engr.illinois.edu/Public/Cherry-2ear-speech.53.pdf> (дата обращения: 27.12.2024)
- 23 Hall S. Encoding and Decoding in the Television Discourse. Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 1973. URL: <https://web.archive.org/web/20201127011216/https://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/history/cccs/stencilled-occasional-papers/Ito8and11to24and38to48/SOP07.pdf> (дата обращения 04.02.2025).
- 24 Imada K. A Super Realistic Giant 3D Cat Has Appeared on a Billboard in Shinjuku // Time Out Tokyo. 12.08.2021. URL: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-super-realistic-giant-3d-cat-has-appeared-on-a-billboard-in-shinjuku-070621> (дата обращения 04.06.2024).
- 25 Imada K. A Giant 3D Akita Inu Is Appearing on Billboards around Shibuya Crossing // Time Out Tokyo. 28.07.2022. URL: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-giant-3d-akita-inu-is-appearing-on-billboards-around-shibuya-crossing-072822> (дата обращения 04.06.2024).
- 26 Imada K. Tokyo Now Has Three 3D Billboards with Cute, Realistic Animation // Time Out Tokyo. 17.05.2023. URL: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-super-realistic-giant-3d-cat-has-appeared-on-a-billboard-in-shinjuku-070621> (дата обращения 04.06.2024).
- 27 Jones S. MTV: The Medium Was the Message // Critical Studies in Media Communication. 2005. Vol. 22. № 1. P. 83–88. <https://doi.org/10.1080/0739318042000333734>.
- 28 Kahneman D. Thinking, Fast and Slow. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011. 512 p.
- 29 Miller G.A. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on Our Capacity for Processing Information // Psychological Review. 1956. Vol. 63. № 2. P. 81–97. <https://doi.org/10.1037/h0043158>.
- 30 Narula U. Communication Models. New Delhi: Atlantic, 2006. 136 p. URL: <https://archive.org/details/communicationmod0000naru> (дата обращения 15.05.2024).
- 31 Scheibehenne B., Greifeneder R., Todd P. Can There Ever Be Too Many Options? A Meta-Analytic Review of Choice Overload // Journal of Consumer Research. 2010. Vol. 37. URL: <https://www.scheibehenne.de/ScheibehenneGreifenederTodd2010.pdf> (дата обращения 08.02.2025).
- 32 Schmid S., Wilson D., Rankin C. Habituation Mechanisms and Their Importance for Cognitive Function // Frontiers in Integrative Neuroscience. 2014. Vol. 8. <https://doi.org/10.3389/fnint.2014.00097>. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/integrative-neuroscience/articles/10.3389/fnint.2014.00097/full> (дата обращения 22.11.2024).
- 33 Schwartz B. The Paradox of Choice: Why More Is Less. HarperCollins Publishers, 2004. 288 p.
- 34 Shannon C.E. A Mathematical Theory of Communication: Reprint with Corrections. 1948 // Harvard Mathematics Department. Harvard University. URL: <https://people.math.harvard.edu/~ctm/home/text/others/shannon/entropy/entropy.pdf> (дата обращения 24.08.2023).
- 35 Wright B.A. Making Films Sound Better: The Transition to Dolby Sound in Hollywood Cinema. Carleton University, 2005. URL: <https://repository.library.carleton.ca/downloads/bg257f65x> (дата обращения 18.05.2024).

References:

- 1 Bazin A. *Chto takoe kino?: Sbornik statei* [What Is Cinema?: Collection of Articles], transl. from French, intr. article I. Vaysfeld. Moscow, Iskusstvo Publ., 1972. 384 p. (In Russian)
- 2 Bauman Z. *Individualizirovannoe obshchestvo* [Individualized Society], transl. from English under ed. V.L. Inozemtsev. Moscow, Logos Publ., 2005. 390 p. (In Russian)
- 3 Baudrillard J. *Simulyakry i simulyatsii* [Simulacra and Simulation], transl. from French A. Kachalov. Moscow, Postum Publ., 2015. 240 p. (In Russian)
- 4 Bykov D.V. Konkurentnaya bor'ba osnovnykh televizionnykh kholdingov SSHA v pervoe desyatiletie veshchaniya (1946–1956 gg. XX veka) [Competitive Struggle of Major US Television Holdings in the First Decade of Broadcasting (1946–1956 of the 20th Century)]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*, 2016, no. 4, pp. 93–96. Available at: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylogolog/2016/04/2016-04-22.pdf> (accessed 27.05.2024). (In Russian)
- 5 V Assotsiatsii blogerov nazvali naibolee perspektivnye ploshchadki dlya razmeshcheniya videokontenta [Bloggers Association Named the Most Promising Platforms for Video Content Placement]. *Izvestiya*, 25.12.2024. Available at: <https://iz.ru/1810998/2024-12-25/v-associacii-blogerov-nazvali-naibolee-perspektivnye-plosadki-dla-razmesenia-videokontenta> (accessed 25.12.2024). (In Russian)
- 6 Dolgushina M.Yu. Muzykal'naya kul'tura v SMI [Musical Culture in Mass Media]. *Analitika kul'turologii*, 2005, no. 3, pp. 32–41. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzykalnaya-kultura-v-smi> (accessed 14.05.2024). (In Russian)
- 7 Elyakov A.D. Informatsionnaya peregruzka lyudei [Information Overload of People]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 2005, no. 5, pp. 114–121. (In Russian)
- 8 Kemarskaya I.N. Attraksion kak element ehkrannoi dramaturgii [Attraction as an Element of Screen Dramaturgy]. *Vestnik MGU. Seriya 10: Zhurnalistika*, 2018, no. 3, pp. 17–30. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.3.2018.1730>. (In Russian)
- 9 Klyueva L.B. S. Eizenshtein. Agressiya diskursa: teoreticheskoe obosnovanie [S. Eisenstein. Aggression of Discourse: Theoretical Foundation]. *Vestnik VGIK*, 2020, vol. 12, no. 3 (45), pp. 8–28. (In Russian)
- 10 Kunaeva L.I., Kuzovlev A.M., Chigirev R.Yu., Volkov A.V. Novye media kak realizatsiya informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologii v seti Internet [New Media as Implementation of Information and Communication Technologies on the Internet]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ehkonomicheskogo universiteta*, 2013, no. 3, pp. 177–180. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-kak-realizatsiya-informatsionno-kommunikatsionnyh-tehnologiy-v-seti-internet> (accessed 09.06.2024). (In Russian)
- 11 McLuhan H.M. *Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man], transl. from English V.G. Nikolaev. Moscow, Kanon-press-Ts Publ., Kuchkovo pole Publ., 2003. 464 p. (Priozhenie k serii "Publikatsii Tsentra Fundamental'noi Sotsiologii" [Appendix to the series "Publications of the Center for Fundamental Sociology"]). (In Russian)
- 12 Maloletkin M.F. Problematika informatsionnogo shuma v kontekste sovremennogo kinematografa [Problems of Information Noise in the Context of Modern Cinema]. *Hudozhestvennaya kul'tura* [Art & Culture Studies], 2024, no. 3, pp. 534–567. <https://doi.org/10.51678/2226-0072-2024-3-534-567>. (In Russian)

- 13 Mankovskaya N.B. Postmodernizm v ehstetike [Postmodernism in Aesthetics]. *Filosofskaya antropologiya*, 2018, vol. 4, no. 1, pp. 192–230. <https://doi.org/10.21146/2414-3715-2018-4-1-192-230>. (In Russian)
- 14 *Slovar' peremen 2017–2018* [Dictionary of Changes 2017–2018], comp. M. Vishnevetskaya. Moscow, Tri kvadrata Publ., 2022. 288 p. (In Russian)
- 15 Smirnov D.N. Evolyutsiya mnogokanalnykh prostranstvennykh sistem vosproizvedeniya zvuka [Evolution of Multichannel Spatial Sound Reproduction Systems]. *Mediamuzyka*, 2020, no. 11. Available at: http://mediamusic-journal.com/Issues/11_6.html (accessed 24.04.2024). (In Russian)
- 16 Urazova S.L. O ploshchadnoi ehkrannoi kul'ture i printsipakh formoobrazovaniya ee produkta. Vozvrashchenie k istokam [On Public Screen Culture and Principles of Formation of Its Product. Return to Origins]. *Mediascope. Tekhnologii mediaproizvodstva*, 2011, no. 2. Available at: <http://www.mediascope.ru/node/816> (accessed 01.06.2024). (In Russian)
- 17 Utilova N.I. Rol' klipa v sovremennoi vizual'noi kul'ture [The Role of Music Video in Modern Visual Culture]. *Vestnik VGIK*, 2022, vol. 14, no. 1 (51), pp. 114–125. (In Russian)
- 18 Shemetova T.N. Klipovoe internet-soznanie kak tip pralogicheskogo myshleniya [Clip Internet Consciousness as a Type of Pralogical Thinking]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo*, 2013, no. 4 (2), pp. 254–259. (In Russian)
- 19 Evallye V.D. Poliekhkan: k probleme oboznacheniya ponyatiya [Multi-Screen: To the Problem of Concept Definition]. *Hudozhestvennaya kul'tura* [Art & Culture Studies], 2018, no. 3, pp. 232–255. Available at: http://artculturestudies.sias.ru/upload/iblock/70a/hk_2018_03_232_255_evallye.pdf (accessed 01.06.2024). (In Russian)
- 20 Evallye V.D. Ehkrannaya sreda v prostranstve Moskovskogo metropolitena [Screen Environment in Moscow Metro Space]. *Vestnik slavyanskikh kul'tur*, 2021, vol. 60, pp. 8–20. <https://doi.org/10.37816/2073-9567-2021-60-8-20>. (In Russian)
- 21 Banks J. MTV and the Globalization of Popular Culture. *International Communication Gazette*, 1997, vol. 59, issue 1, pp. 43–60. <https://doi.org/10.1177/0016549297059001004>.
- 22 Cherry C. Some Experiments on the Recognition of Speech, with One and with Two Ears. *Journal of the Acoustical Society of America*, 1953, vol. 25, issue 5, pp. 975–979.
- 23 Hall S. *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 1973. Available at: <https://web.archive.org/web/20201127011216/https://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/history/cccs/stencilled-occasional-papers/1to8and11to24and38to48/SOP07.pdf> (accessed 04.02.2025).
- 24 Imada K. A Super Realistic Giant 3D Cat Has Appeared on a Billboard in Shinjuku. *Time Out Tokyo*, 12.08.2021. Available at: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-super-realistic-giant-3d-cat-has-appeared-on-a-billboard-in-shinjuku-070621> (accessed 04.06.2024).
- 25 Imada K. A Giant 3D Akita Inu Is Appearing on Billboards around Shibuya Crossing. *Time Out Tokyo*, 28.07.2022. Available at: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-giant-3d-akita-inu-is-appearing-on-billboards-around-shibuya-crossing-072822> (accessed 04.06.2024).
- 26 Imada K. Tokyo Now Has Three 3D Billboards with Cute, Realistic Animation. *Time Out Tokyo*, 17.05.2023. Available at: <https://www.timeout.com/tokyo/news/a-super-realistic-giant-3d-cat-has-appeared-on-a-billboard-in-shinjuku-070621> (accessed 04.06.2024).
- 27 Jones S. MTV: The Medium Was the Message. *Critical Studies in Media Communication*, 2005, vol. 22, no. 1, pp. 83–88. <https://doi.org/10.1080/0739318042000333734>.
- 28 Kahneman D. *Thinking, Fast and Slow*. New York, Farrar, Straus and Giroux, 2011. 512 p.
- 29 Miller G.A. The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on Our Capacity for Processing Information. *Psychological Review*, 1956, vol. 63, no. 2, pp. 81–97. <https://doi.org/10.1037/h0043158>.
- 30 Narula U. Communication Models. New Delhi, Atlantic, 2006. 136 p. Available at: <https://archive.org/details/communicationmod0000naru> (accessed 15.05.2024).
- 31 Scheibehenne B., Greifeneder R., Todd P. Can There Ever Be Too Many Options? A Meta-Analytic Review of Choice Overload. *Journal of Consumer Research*, 2010, vol. 37. Available at: <https://www.scheibehenne.de/ScheibehenneGreifenederTodd2010.pdf> (accessed 08.02.2025).
- 32 Schmid S., Wilson D., Rankin C. Habituation Mechanisms and Their Importance for Cognitive Function. *Frontiers in Integrative Neuroscience*, 2014, vol. 8. <https://doi.org/10.3389/fnint.2014.00097>. Available at: <https://www.frontiersin.org/journals/integrative-neuroscience/articles/10.3389/fnint.2014.00097/full> (accessed 22.11.2024).
- 33 Schwartz B. *The Paradox of Choice: Why More Is Less*. HarperCollins Publishers, 2004. 288 p.
- 34 Shannon C.E. A Mathematical Theory of Communication: Reprint with Corrections. 1948. *Harvard Mathematics Department. Harvard University*. Available at: <https://people.math.harvard.edu/~ctm/home/text/others/shannon/entropy/entropy.pdf> (accessed 24.08.2023).
- 35 Wright B.A. *Making Films Sound Better: The Transition to Dolby Sound in Hollywood Cinema*. Carleton University, 2005. Available at: <https://repository.library.carleton.ca/downloads/bg257f65x> (accessed 18.05.2024).