

МОБИЛЬНОЕ КИНО КАК ФЕНОМЕН СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ¹

В. В. Шуба

Белорусский государственный университет, г. Минск;

shuba.vitalik@yandex.by;

науч. рук. – Ю. Ю. Гафарова, канд. филос. наук, доц.

В публикации автор обращается к относительно новому феномену социальной коммуникации – мобильному кино. Были выделены основные этапы развития, определена специфика и возможности применения мобильного кино. Работ, которые затрагивают данную тематику в белорусском социальном знании, в настоящее время не наблюдается. Данный текст может выступать основой для проведения дальнейших исследований; базой для разработки рекомендаций, которые можно применять при создании мобильного кино.

Ключевые слова: мобильное кино, социальная коммуникация, интерпретация, новые медиа.

Мобильный телефон давно стал не только средством коммуникации, но и инструментом с достаточно высокими техническими возможностями, позволяющими снимать фильмы. В современном мире почти каждый человек является обладателем мобильного телефона, что дает ему возможность стопроцентного авторского высказывания.

За столь короткое время мобильное кино уже успело заявить о себе в мировом кинематографе. Так, например, документальная лента «В поисках сахарного человека», полностью снятая на телефон, получила «Оскар», а «Ночная рыбалка» завоевала «Золотого медведя» на Берлинском кинофестивале, обогнав картины, снятые на профессиональные камеры нового поколения [1].

Мобильное кино по праву можно считать новым явлением в мире кинематографа и видеопроизводства. Для большинства людей мобильное кино – это реальная возможность начать творить, создавать собственные тексты, а для профессионалов видеопроизводства – это новый инструмент и новый способ выражения своего видения.

Мобильное кино – это аудиовизуальное художественное произведение, полностью снятое на собственный мобильный телефон [2]. Достаточно просто достать устройство из кармана и начать снимать. При этом нет ограничений в выборе объекта съемки, это может быть просто набросок с прогулки либо полноценное видео, имеющее

¹ Исследование проводилось при финансовой поддержке БРФФИ в рамках выполнения научного проекта «Мобильные технологии в цифровой трансформации повседневности Республики Беларусь» (No Г 20-056).

художественный замысел, который может быть реализован в любом жанре, стиле, форме.

Явлению, которое мы сейчас называем мобильным кино, всего пятнадцать лет. В 2005- 2006 гг. начали проводиться первые фестивали мобильного кино. Фильмы, которые показывались на этих фестивалях, обладали не тем качеством, к которому все привыкли сегодня. Однако, стоит отметить, что особенности качества камер того времени диктовали некие художественные решения, которые сегодня, возможно, даже утрачены. В 2006- 2011 гг. мобильное кино стало пространством для экспериментов. Приблизительно к концу этого периода качество изображения значительно улучшилось, практически каждый человек смог позволить себе мобильный телефон, что привело к тому, что в 2012- 2015 гг. начался подъем интереса к этому явлению [2]. На сегодняшний день мобильное кино как модное явление и совершенно новый вид искусства все активнее идет в массы и занимает собственную нишу. Как в Беларуси, так и за рубежом, каждый день появляются талантливые режиссеры, снимающие свои работы на телефон, периодически проводятся фестивали мобильного кино, в которых может принять участие любой желающий. При этом данный вид искусства отнюдь не является «младшим братом» большого кино. Это абсолютно свежая волна, новый способ независимого самовыражения.

Режиссер мобильного кино и основатель мобильного проекта *Mobile Filmmaker* Максим Муссель выделяет три этапа развития мобильного кино.

Первый этап – когда все, что снималось на мобильные устройства, было эксклюзивным экспериментом, технические возможности были слабые. Этот экспериментальный этап – «попробуем, вдруг что-то получится», – почти прошел.

Второй этап уже наступил – это этап, когда создатели мобильного кино пытаются продемонстрировать, что оно не хуже, чем большое кино, а может быть, когда-то и где-то даже лучше.

Третий этап еще не наступил. Это будет тот момент, когда с полным правом можно будет сказать, что производство мобильного кино – это особый вид творческой деятельности [3].

Вслед за Мусселем отметим, что специфика мобильного кино во многом задается тем, что оно снимается создателем на собственный мобильный телефон, устройство, которое всегда при нем, в котором сосредоточена вся его жизнь. Если современный человек оставляет мобильный телефон дома, то порой не понимает, где находится. Однако в постоянной доступности мобильного телефона и заключается ценность

возможности в любую секунду, как только появилась идея или замысел сюжета, мгновенно достать устройство и снять увиденное.

Главными особенностями мобильного кино являются [3]:

1) возможность оторваться от коллективизма кино. В большом кино режиссеру приходится убеждать людей говорить на его языке. Необходимо, чтобы оператор понимал, что снимать, чтобы актеры воплощали исходный замысел. В мобильном же кино его создатель – сам себе оператор, сценарист, режиссер, монтажер и даже иногда главный герой;

2) смартфон позволяет деликатно, крайне незаметно вмешиваться в окружающую действительность. Можно спокойно снимать на смартфон, не мешая при этом окружающим и не смущая их;

3) в мобильном кино используется сюжетный прием, особый тип субъективности, легко считываемой зрителем (селфи, скайп). Это часть современной социальной жизни;

4) мобильное кино дает возможность съемки с труднодоступной точки и неожиданного ракурса;

5) мобильное кино обеспечивает своему создателю независимость. Снимая на смартфон, он не зависит от воли продюсеров и любого вида цензуры;

6) мобильное кино вызывает доверие у зрителей. Это кусочек реальной жизни.

Если говорить о технических возможностях мобильного кино, то необходимо отметить, что на сегодняшний момент существует большое количество различной техники для мобильной съемки. Конечно, если снимающий хочет, чтобы мобильное кино выглядело как «большое», то ему необходимо дополнительное специальное оборудование: объективы с линзами, крепления для рукояти, держатели телефона для крепления к штативам, стедикам и т. д. Но если определять мобильное кино как то, что снимается на устройство, постоянно находящееся у нас в кармане, то следует ориентироваться на преимущественное использование мобильного телефона и всего, что в нем заложено разработчиками. Поэтому движение в сторону нового киноязыка (или мобильного языка) предполагает, что он не должен быть отягощен какими-то приемами, свойственными большому кино.

Применение мобильному кино сегодня можно найти в мобильной журналистике, рекламе, корпоративных и персональных блогах, клипах для музыкальных групп, буктрейлерах, событийных съемках (день рождения, свадьба и т. д.), художественном кино.

Метраж мобильного кино определяется в большей степени желанием автора. Возможно, в какой-то мере метраж задается и типом мобильного

кино: документальное, игровое, анимационное, рекламное кино, музыкальные клипы и т. д. Своего рода революцию в этом направлении совершил Instagram. Эта самая популярная визуальная сеть имела ограничения – 15 секунд на ролик. В последующем формат изменился и продолжительность съемки ролика составила одну минуту. Таким образом, разработчики осознанно или неосознанно подтолкнули пользователей к тому, чтобы они не просто делали мини-скетчи, но и рассказывали историю, т. е. осуществляли переход от мема к нарративу.

Стоит также отметить, что определенного типа истории даже необходимо рассказывать через мобильный телефон. В качестве примера укажем на фильм «Такси» иранского режиссера Джафара Панахи, который стал победителем на берлинском кинофестивале 2015 г. [4]. «Такси» – фильм протяженностью полтора часа, полностью снятый на автомобильный регистратор. В некотором роде, история с регистратором не выпадает из концепции мобильного кино Муссея, предполагающей съемку исключительно на мобильный телефон, поскольку жизнь таксиста всегда связана с регистратором, это и есть его персональный авторский инструмент для фиксации действительности. Опыт Панахи убеждает нас, что некоторые истории будут смотреться невыигрышно, если их снимать на большую камеру. Снятые же на мобильное устройство, они приобретают особую стилистику и достоверность.

В свою очередь, в силу возможностей современных аппаратов мобильное кино очень хорошо смотрится на большом экране. Иногда его кадры могут выглядеть поистине уникально, поскольку какие-то интимные ракурсы или специфическая идея съемки, перенесенные на большой экран, начинают играть новыми красками.

Таким образом, мобильное кино – это аудиовизуальное художественное произведение, полностью снятое на персональное мобильное устройство. Это явление начинает свою историю с 2005 г. и за короткий промежуток времени уже успело занять собственную нишу в мире кинематографа и видеопроизводства.

Среди главных особенностей мобильного кино, определяющего его специфику как феномена социальной коммуникации, следует выделить возможность для автора деликатно, крайне незаметно вмешиваться в окружающую действительность; без подготовки фиксировать уникальное, неповторимое событие или мгновение; творить максимально персонифицировано, а не коллегиально; снимать с труднодоступной точки и неожиданного ракурса; использовать безграничные технические возможности; практически не зависеть от воли продюсеров, любого вида цензуры.

Библиографические ссылки:

1. Тизер «Ночной рыбалки» Чхан Ук Пака [Электронный ресурс] // Настоящее кино. – Режим доступа: http://www.filmz.ru/pub/1/21260_1.htm. – Дата доступа: 22.04.2020.
2. *Муссель, М.* Мобильное кино / М. Муссель. М: Альпина нон-фикшн, 2018.
3. Мобильное кино как 100% авторское высказывание // Московская школа кино [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moscowfilmschool.ru>. – Дата доступа: 22.04.2020.
4. «Такси» Джафар Панаха [Электронный ресурс] / Настоящее кино. – Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/name/464985/>. – Дата доступа: 22.04.2020.