

Секция «33.1 Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

Звуковая летопись отечественного телеэфира: роль телевизионных заставок в формировании медиапамяти аудитории

Научный руководитель – Третьяков Виталий Товиевич

Филимонова Софья Максимовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

E-mail: filisof3009@mail.ru

Музыкальные заставки отечественного телевидения являются мощным, но недооценённым фактором формирования исторической памяти, действующим на дорациональном, аффективном уровне. Их эволюция от монументального симфонизма (например, заставка-симфония, автором которой является советский композитор-классик Г. В. Свиридов) к электронному саунд-дизайну 1990-х годов и цифровому аудиобрендингу наших дней не просто отражает, но и активно конструирует историческую память телеаудитории.

Через смену национальных исторических нарративов и коллективных идентичностей музыкальные заставки культовых в своё время программ становятся для определённых частей аудитории звуковыми триггерами. Согласно теории медиамузыки А. В. Чернышова, ассоциативность этих фрагментов прямо указывает на то, что их можно отнести к структурно-анализирующему жанру [5].

Музыкальные заставки в настоящем исследовании показаны не как технический инструмент оформления эфира, а как социокультурное явление, «консервирующее» исторические периоды через механизмы ассоциативного восприятия, ритуального повторения, суггестивного эффекта и эмоционального закрепления в сознании массовой аудитории.

Джингл-пакет телепрограммы – не просто совокупность шумозвуковых элементов, а продукт так называемого «фонодизайна», который, в свою очередь, «как это как раз и есть эстетическое звуковое обустройство среды обитания человека с учётом рода деятельности, коммуникации, психофизических и психологических, социологических и пространственно-временных факторов. Иными словами, это серьёзный вид профессиональных занятий, предполагающий разностороннюю подготовку музыканта-фонодизайнера, а также требующий усилий многих иных специалистов (психологов, менеджеров, маркетологов, социологов и т. д.)» [4].

Медиамузыка является одним из факторов формирования медиапамяти (в условиях наступившего медиального поворота) и исторической памяти телеаудитории. При этом медиапамять как «виртуальный социальный механизм запоминания и забвения» [2] выводит на социально-эпистемические арены новую категорию «творцов» – самих потребителей: «Используя цифровые технологии, пользователи потребляют контент, который сами же и производят. Если до медиального поворота производство прошлого было направлено от публичных инстанций к частным лицам, то сегодня его направление – от масс к массам, через узлы фильтрации, забвения и частичного/фрагментарного публичного контроля» [2].

В интернет-пространстве на сегодняшний день существует довольно небольшая, но интересная для этого исследования группа цифровых объединений пользователей (сообщества в социальных сетях и веб-сайты), которые обращаются непосредственно к медиамузыке (например, делая поисковый запрос «Музыка телевидения»), либо косвенно (через смежные запросы – музыка, телепередачи, телевидение, выпуски программ, зарубежная

музыка и т. д.). В отечественной поисковой системе «Яндекс» на запрос «Музыка телевидения» можно получить около 1 миллиона ответов. Подобные сообщества интересны не только сами по себе, но и как источники эмпирических данных для анализа.

В работе затрагивается феномен стихийного формирования таких субкультурных сообществ в интернет-пространстве, которые занимаются архивизацией (или архивированием?) и обсуждением телевизионной музыки. Исследователи медиапамяти С. В. Тихонова и Д. С. Артамонов считают, что сегодня: «Накопленные историческим процессом многомерные социальные ансамбли памяти, включающие библиотеки и архивы, жрецов, писцов, летописцев, историков, открываются и демократизируются; мифы о Прошлом теряют рубежи между сакральным и профанным, элитарным и массовым, публичным и частным. Развитие цифровых технологий делает голос личной памяти громким и влиятельным» [2]. В этом плане музыкальные телезаставки становятся объектом «низовых», идущих от пользователей, а не от официальных институтов, цифровых мемориальных практик.

Автором исследования были выделены стилистические тенденции «позывных» (на примере заставок информационных программ отечественного телевидения). Теперь же мы будем рассматривать эти медиамузыкальные элементы эфира не просто как часть айдентики каналов, а как самостоятельный фактор формирования исторической памяти аудитории и как аудиальную «летопись» смены национальных нарративов в телеэфире под влиянием глобализации в медиа.

Актуальность данного исследования продиктована необходимостью переосмысления того, как музыкальные заставки телепрограмм участвуют в процессе медиатизации истории. До сих пор эти краткие, повторяющиеся и эмоционально насыщенные аудиальные сигналы, будучи порождением прикладной области музыки, относятся профессиональным сообществом в разряд «маргинальных», вторичных, фоновых элементов, не представляющих из себя искусства [3]. Лишь у некоторых исследователей, например, у Е. М. Петрушанской, возникают следующие предположения: «Истории культуры было вольно менять акценты: важное (например основной в своё время жанр оратории) подчас становилось второстепенным, а интермеццо приобретали самостоятельное и большое значение.

Это не значит, что предрекаем, вплоть до основной, возрастание роли промежуточных пространств между традиционными телепрограммами, для заставок и рекламы. Но есть признаки, что там выковываются новые средства, приёмы, поэтика телеэкранной выразительности, новый язык масс-медиа – нравится нам это или нет» [1].

Источники и литература

- 1) Петрушанская Е. М. «Своё» и «чужое» в отечественном звуковом теледизайне. Средства массовой коммуникации в эпоху глобализации. В 3 томах. Т. 1: Процессы глобализации и система масс-медиа. Ред.-сост. А. А. Новикова. М., ГИИ искусств., 2005. Т.3. С.124-151.
- 2) Тихонова С. В., Артамонов Д. С. Историческая память в социальных медиа. – СПб.: Алетейя, 2022.
- 3) Феоктистов Ф. П. Эстетическая специфика восприятия современной электронной музыки // Вестник МГУКИ. 2016. №2 (70). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26274409> (дата обращения: 05.02.2026).
- 4) Франтова Т. В. «Какие музыки мы слушаем сегодня...» (музыка в современном культурном контексте) // Южно-Российский музыкальный альманах. 2007. №1. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15613483> (дата обращения: 30.01.2026).
- 5) Чернышов А. В. Медиамузыка на телевидении: Учебное пособие / Предисловие Т. Н. Хренникова. – М.: Изд-во Моск. ун-та. – 2009.