

УДК 32.089.5 :324:342.8

ЛЕПСЬКИЙ М. А.,
доктор філософських наук, професор,
декан факультету соціології та управління,
Запорізький національний університет
(Запоріжжя, Україна), E-mail: maxim-1@mail.ru

СПІН-ОФФ-ТЕХНОЛОГІЇ СЦЕНАРУВАННЯ В МОБІЛІЗАЦІЇ СПОЖИВАЧІВ І ПОЛІТИЧНИХ ПРИХИЛЬНИКІВ

Стаття присвячена дослідженню процесуальних основ, соціально часової та просторової специфіки спін-офф-технології сценарування у мобілізації політичних прихильників та споживачів. У статті автор досліджує образ та технологічний зміст блокбастера та процес його пертайлінгу у рекламну та політичну сфери. У дослідженні розглядається використання успіху блокбастера як віртуальної події у пріквелах, сіквелах за часовою модальністю; сайдсторі, мідквел, інтерквел, як зміщення центру подій або зв'язування центрів. Театралізація, як технологія візуалізації політичних та економічних подій, стає основою для впровадження спін-офф-технології не тільки у мімесісі, творчому наслідуванні індустрії розваг, але й у політичній та економічній сферах.

Ключові слова: *спін-офф-технології, сценарування, споживачі, політичні прихильники, блокбастер, пертайлінг, технологія візуалізації*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Сценарне мистецтво дослідження політичних процесів часто-густо наслідує за аналогією характеристики з системи комерційних блокбастерів касових фільмів, поп-культура визначається процесами пертайлінга та мігрує в суміжні, граничні і транскордонні області. Визначимо лише деякі підстави для цих процесів. З одного боку, ці процеси є складовими, тими, що пронизують глобалізований світ театралізацією, шоутизацією і масовізацією. Все це визначено системною емерджентною цілісністю інформаційно-віртуального простору, в якому все більше часу особистого життя витрачають люди. Відбувається суб'єктивація алгоритмічно збудованих сценаріїв інформаційних повідомлень (що формують меседжну структуру сприйняття, іноді це неточно стверджується як меседжна свідомість), кліпів (відповідно, кліпне сприйняття), швидких бесід і переговорів (які, якщо використати англійську термінологію, позначимо як talk-сприйняття або ток-сприйняття). В якості уточнення акцентуємо увагу, що формування світової мови, статус якої практично безсумнівно переходить до англійської, визначає і пошук нових англійських понять новим явищам. З іншого боку, ці процеси мають об'єктивні основи часового і просторового сприйняття особистості та взаємодії в соціальних групах та інших масштабних об'єднаннях.

Ці процеси вже отримали політичний статус мобілізації під час виборів, так наприклад, Майкл Цієплі у статі «Політика вторгається у Голівуд»

продемонстрував, як політика стає замовником блокбастерів, які повинні бути у резонансі з інтересами виборців та, власне вплинути на їх вибір [1].

Такі технології у рекламі вже достатньо широко відомі, але питання постає про взаємовпливи, як основні технології сценарування впливають у зворотному напрямку на виборців та споживачів. Ця проблема має дуже суттєве значення у геополітичній та гео економічній конкурентній боротьбі особливо для геополітичних суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на яку спирається автор

До першого блоку робіт, присвячених питанням розвитку сценарування у економічних та політичних процесах у ХХ ст., відносяться дослідження Г. Кана та РЕНД-корпорейшн, П'єра Вака та його учня Пітера Шварца, який до речі був консультантом у відомих блокбастерах. У ХХІ столітті сценарування є технологією корпорацій та крупних компаній. До другого блоку робіт відносяться дослідження, направлені на осмислення структури та впливу технологій сценарування, їх впливу на свідомість. Це роботи Ж. Делеза та А. Елберс [2]. До третього блоку робіт слід віднести думки споживачів та виробників цього виду сценарування, які можливо розглядати як джерела аналізу документів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Проблемна ситуація.

Проблемна ситуація зводиться до можливості та тенденцій дослідження використання технологій сценарування їх просторової та часової визначеності в мобілізації споживачів і політичних прихильників, як у глобальних політичних та економічних процесах, так і у масштабуванні та розповсюдженні їх в інших країнах, в процесах формування зв'язаного інформаційного суспільства. До того ж актуальним є технологічне значення спін-офф-технологій сценарування (термін введений нами вперше у цій статі відносно політичного сценарування, за аналогією спін-офф-стратегіями блокбастерів) у процесах мобілізації споживачів і політичних прихильників в Україні, практикою використання елементів цих технологій та тенденції до формування її технологічної цілісності.

Мета статті – проаналізувати процесуальні засади часової та просторової специфіки спін-офф-технологій сценарування в мобілізації споживачів і політичних прихильників.

Дана мета реалізується в таких завданнях:

- дослідити вплив блокбастера на технології використання його успіху та створення його модифікацій;
- визначити специфіку впливу технологій та модифікацій блокбастера, спінофф-технологій сценарування на мобілізацію споживачів і політичних прихильників.

Виклад основного матеріалу

Єдність цих сторін визначає взаємодія суб'єктивного і об'єктивного в сучасній культурі. Це відбувається в засобах масової комунікації, візуалізованих інформаційних сюжетах, в цілому у боротьбі за масову

аудиторію, інформаційний порядок денний і масову популярність. Масова популярність потрібна суб'єктам державної влади, бізнесу, політики та громадянського суспільства. Державним діячам і політикам масова популярність потрібна в боротьбі не за вирішення нагальних проблем суспільства, а за високі рейтинги і пізнаванність, які капіталізуються і конвертуються в представницькій демократії у владу і її легітимність. У маркетингу і рекламі масова популярність конвертується у понадприбуток і ефективність продажу товарів, продуктів і послуг. Не випадково один з останніх маркетингових бестселерів (поняття означає значення масово популярної книги) стала робота професора Гарвардської школи бізнесу, яка веде курс по бізнесу в індустрії розваг Аніти Елберс «Стратегія блокбастера. Уроки маркетингу від лідерів індустрії розваги» [2]. Боротьба ведеться і у мовному середовищі за позначення явищ індустрії розваг, як боротьба за формати, смисли і значення. Так, у статті наводиться приклад звинувачення Вальтером Крамером, представником німецької асоціації лінгвістів, впливу Голлівуду на процес витіснення англіцизмами хороших німецьких слів. Як приклад наводиться первісний зміст слова «блокбастер», яким в 1942 році позначали бомби для руйнування міст. Пан Крамер втратив шість родичів у результаті бомбардувань союзників і воліє німецьке слово «Kassenschlager», «касовий хіт» [3].

Нас цікавлять не просто боротьба за мовні формати. Так, англomовний формат понять масової культури німецькі дослідники пов'язують з поразкою у другій світовій війні. Нас цікавить, насамперед, проникнення значень сценарування зі сфери індустрії розваг в політику і економіку, в усвідомлену діяльність суб'єктів та масову поведінку акторів. Не менш важливим ефектом цього процесу є закономірності сценарування як теоретичне зняття соціокультурної масової поведінки та можливості суб'єктів політичної та економічної діяльності конструювати соціальні процеси або впливати на масове поведіння. Категоризація, як визначення категоріального ряду дослідження, є першим етапом розгляду такого соціального явища. Так, поняття «блокбастер», яке вже нами згадувалося, відображало популярний кінофільм з великим бюджетом і зборами з прокату, його демонстрації, і супроводжується рекламною компанією залучення уваги до нього. Фільми стають подіями індустрії розваги. Аналогія популярності фільму з ефектом «бомби» була прямою, блокбастерами льотчики Королівських ВПС Великобританії називали багатотонні бомби to bust a block, які призначені для масового руйнування багатопверхового будинку або цілого кварталу. У 50-х роках це значення закріпилося в кіно і театральному сленгу.

За твердженням секретаря Спілки кінематографістів Росії, генерального директора організації «Кіноекспертиза» Олега Іванова в лекції «Феномен блокбастерів: за що ми любимо масове кіно», вперше блокбастером назвали, як вважають, фільм «Щелепи» Стівена Спілберга. Є й антонім: box office bombs – кінопровали, фільми, на виробництво і прокат яких йде значно більше, ніж продюсери отримують в результаті [4].

У пострадянській простір поняття «блокбастер» увійшло після розвалу

Радянського Союзу разом з хвилиною відеосалонів та відеотек. На думку блогера «masterok» крім перипетій з «авіаційним руйнівним значенням» блокбастера може бути й інша версія «Але цієї версії мало хто дотримується. Саме слово «блокбастер» ділиться на дві частини: «блок» (означає повне блокування мізків у тих, хто його дивиться) і «бастер» (трохи перероблене англійське слово-лайка, яке пояснює, за кого тримають глядачів творці цих блокбастерів). Блокбастер означає фільм: №1 – з величезним бюджетом у не одну сотню мільйонів; №2 – неймовірно розрекламований; №3 – з неймовірною кількістю спец-ефектів на один робочий кадр; №4 – з неймовірно убогим сценарієм (хоча, звичайно, у справжніх блокбастерах він взагалі відсутній). Висновок: блокбастери – невігадливі кінофільми, загорнуті в блискучу упаковку, але всередині її – практично неістівна суміш, шкідлива для мозку і травлення. Рекомендується дивитися під пиво і кілограми попкорну» [5].

Можна посперечатися з приводу культури перегляду блокбастерів або рівня бюджету фільму, але сенс поп-культурного впливу все-таки визначений вірно. На наш погляд, необхідно розглянути й інші продукти масової культури розваги, що визначають сприйняття подій розваги, закономірності і механізми, які «схоплені» цими формами масової культури. Істотним у процесі шоутизації є подієва динаміка прив'язаних до популярності блокбастерів фільмів, які експлуатують увагу масового глядача новою розважальною подією. Так, попередній сюжет може бути продовжений у новому сюжеті. Ці явища в комерційному сленгу індустрії розваги були відображені в понятті «комерційної розкрутки» спін-офф (від англійського commercial spin-off – «комерційне розкручування», скорочено spin-off). Спін-офф відображає процес використання популярності і комерційного успіху первісного твору. Такий твір, фільм, книга або інше оповідання, яке продовжує популярний комерційний твір, отримали назву сіквел (від англ. sequel і лат. sequo — продовжую, йду за). Сіквел – це продовження сюжету вперед у часовому значенні. По своїй суті продовження експлуатує прогностичний процес екстраполяції в майбутнє подій в індустрії розваги.

В комерційні проекти продовження блокбастерів впевнено увійшло поняття пріквел (від англ. prequel, як з'єднання префікса pre- («до») і sequel). Це поняття відображає твір, що описує події, які передують сюжетом популярного первісного твору, передісторія подій. Феномен пріквела заснований на механізмах ретроспекції, звернення в минуле з вже відомого стану подій. Особливим продовженням блокбастера, точніше декількох блокбастерів, є інтерквел (від англ. interquel, як з'єднання префікса inter- – «між» і sequel), префікс «інтер» відображає значення «між» відомими подіями і сюжетна лінія твору з'єднує події раніше створених творів. У інтерквелі використовуються механізми інтерполяції, як продовження подієвого ряду з відомої події до відомої підсумовуючої події. Відмінність полягає, що в творах ці події розташовуються тільки в послідовності, інтерквел заповнює пропущений часовий відрізок, а в інтерполяції цей часовий відрізок визначено сьогоденням і майбутнім відомим проектним станом.

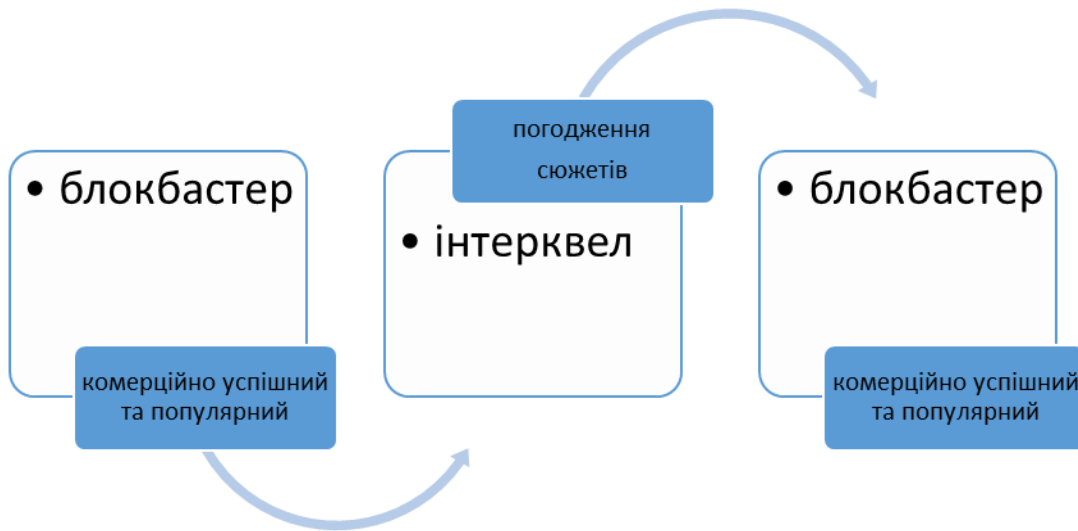


Рисунок 1 Інтерквел та блокбастери

У масовій культурі не втрачені і процеси одночасності, синхронії, які відображені в понятті мідквел (від англ. *midquel*, використання смислового префікса *mid* – від англ. *middle* – «середина» і *sequel*). У цьому творі розвивається сюжет популярного твору синхронно, всередині періоду основного, первісного, вихідного сюжету. Розвиток сюжету блокбастера може здійснюватися у зміщенні центральності первісного сюжету до центральності периферії сюжету. У комерційному сленгу індустрії розваги цей процес відображений поняттям «комерційної розкрутки» спін-офф (від англійського *commercial spin-off* — «комерційне розкручування», скорочено *spin-off*). Спін-офф відображає процес використання популярності і комерційного успіху первісного твору. Одним з видів спін-оффу є сайдсторі, в якій відбувається відгалуження сюжету, як зміщення в центр оповідання якихось другорядних елементів, тем, подій, персонажів, наприклад, центральність Гекельберрі Фінна після центральної сюжетної лінії Тома Сойера у творах Марка Твена.

Своєрідною модифікацією центральної історії є ремейк, нова інтерпретація твору із зміною акцентів, умов, значень і технік однієї і тієї ж сюжетної лінії. Спільнокореновими є поняття, що позначають продовження сіквела, третій із серії послідовних творів тріквел і четвертий твір «квадріквел», що в цілому є характеристиками авторських циклів, саг, серій, серіалів, які мобілізують стійку аудиторію. Якщо істотними модифікаціями є сюжетні, персонажні і часові зміни, то просторові модифікації швидше зберігають жанрову єдність з попередніми успішними творами і відображають процеси наслідування – мімесісу. Наведемо приклад про ефективність стратегії компанії Warner Bros, проаналізований та наведений у роботі Аніти Елберс.

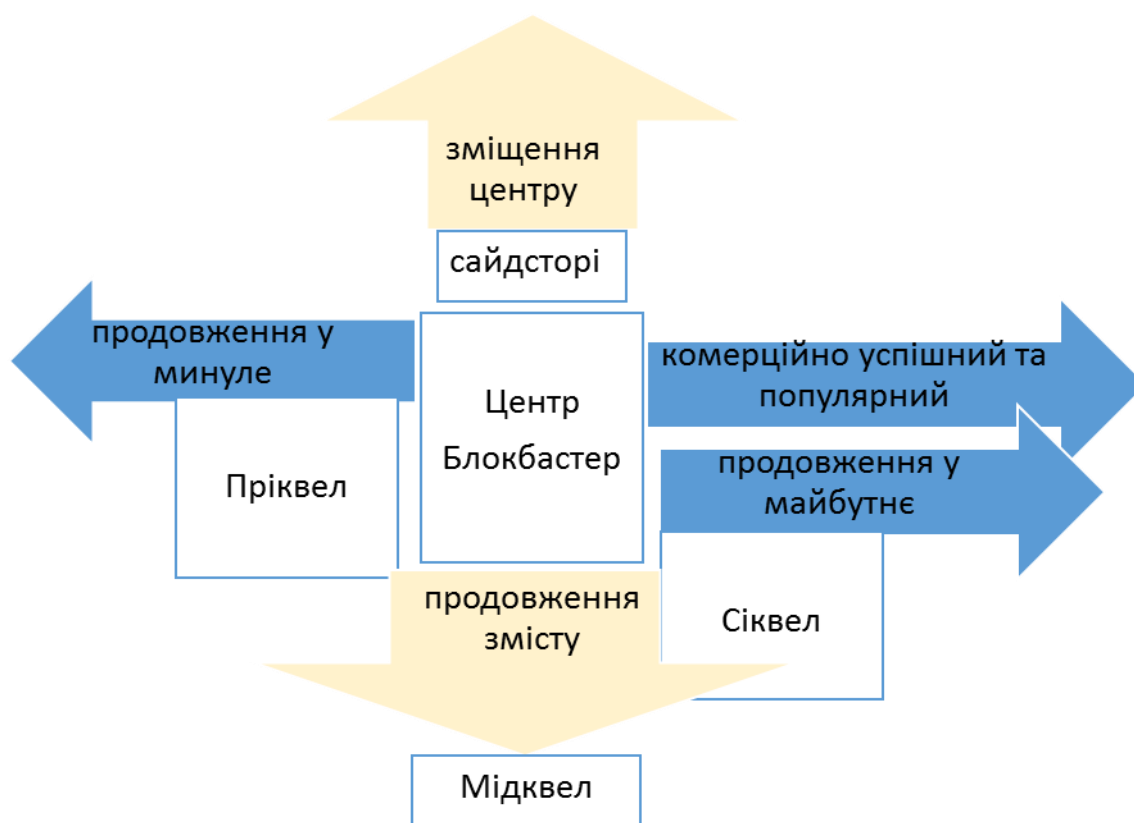


Рисунок 2 Часові та просторові модифікації у спін-офф технологіях сценарування

На перший погляд стратегія може здатися хаотичним збором розкиданих точок. Насправді цей нібито безладний розподіл символів відображає досить високий рівень непередбачуваності динаміки попиту в кіноіндустрії. У низку дуже популярних франшиз Warner зробила солідні капіталовкладення. Одні з них мали величезний успіх, як, наприклад, серії про Гаррі Поттера або фільми про Бетмена («Початок», «Темний лицар»); інші потерпіли повне фіаско. Абсолютно провалилася картина «Спіді-гонщик», що коштувала студії 120 мільйонів доларів і не збрала в світовому прокаті навіть 100 мільйонів (фільм знятий за мотивами японського аніме-серіалу і випущений на екрани в 2008 році, на головну роль був запрошений Еміль Хірш). Якщо взяти групу менш бюджетних фільмів, то серед них спостерігається схожий розподіл: хіти; так звані середнячки, тобто збиткові, і ті, що відверто провалилися в прокаті. Скажімо, «Невидима сторона», «Похмілля у Вегасі» і «Гран Торіно» зібрали відмінну касу, хоча виробництво кожного з них обійшлося менш ніж в 40 мільйонів доларів, але настільки ж недорогі фільми – «Як боязкий Роберт Форд убив Джесі Джеймса», «Біла імла», «Камінь бажань» – залишили аудиторію байдужою [2, с.25-73]. Можна відзначити, що продовження серій, зйомка сіквелів дали найбільш високий рівень доходів. У цій цитаті необхідно відзначити використання сюжетів у кінематографії аніме і коміксів, які вже володіють розкрученими популярними персонажами. Так, найбільш відомим, що свого часу вразив масову свідомість можливостями політичних технологій, став фільм «Крутість або Хвіст виляє собакою» / «Wag the Dog» (1997).

Сюжетна лінія фільму полягає в проведенні маніпуляції масовою свідомістю. Для того, щоб відвернути увагу громадськості від сексуального скандалу, пов'язаного з президентом США, терміново викликають спеціаліста з позаштатних ситуацій Конрада Бріна (Роберт де Ніро). Брін вирішує інсценувати невелику звитяжну війну і, в свою чергу, приваблює відомого голлівудського продюсера Стенлі Мотса (Дастін Хоффман). Удвох вони організують шоу по-голлівудськи у світовому політичному масштабі.

Цей фільм став класичним фільмом для людей, що вивчають політичні технології. Сучасні тенденції шоутизації масової свідомості визначають фрактальні переміщення практик зі сфери економіки, розваги в політику і інформаційну сферу. Не випадковим є запрошення «гуру» сценарного підходу Пітера Шварца як консультанта при зйомках фантастичних фільмів «Особлива думка» / «Minority Report» (2002), «Зіткнення з безоднею» / «Deep Impact» (1998), «Тихушники» / «Sneakers» (1992), «Військові ігри» / «War Games» (1993).

Висновки

Підведемо підсумки нашої наукової розвідки. В основі сценарних модифікацій блокбастерів є бажання отримати комерційний успіх за рахунок експлуатації вдалого результату блокбастера, хіта або бестселера, процес розвитку спін-оффів. Основним процесом сценарних модифікацій блокбастера є утримання уваги і інтересу до основних подій, персонажів і лінії життя вдалою історією, для збереження і мобілізації масштабної аудиторії блокбастера. Основними напрямками тиражування успіху, привабливості, популярності і комерційного успіху є: по-перше, визначення тимчасового чинника – модифікація сюжетів у майбутнє (сіквел), в минуле (пріквел), синхронію (мідквел), з'єднання подій-блокбастерів між собою (інтерквел); по-друге, центризму і його модифікації: відгалуження сюжету, зміщення центру на периферію другорядних елементів (тем, персонажів, подій), що змінюють свій статус на центральний – сайдсторі; додавання нового сюжетного змісту і смислового значення початкового сюжету – ремейк.

У сценаруванні політичних ситуацій і процесів спін-офф-аналіз, як продовження дослідження вже здійснених успішних сценаріїв, дозволяє зробити акцент на тимчасовій, сюжетній, персонажній (акторній) визначеності. Так, успішні політичні лідер-проекти призводять до створення політичних сил, мобілізованих технологіями політичних сайдсторі і сіквелів. В політичних технологіях здійснюють пріквели, ретроспективи власних успіхів і біографічних історій, іноді цей процес відображається в меморіальних війнах (у війнах за історичну пам'ять), спробах переписати історію або надати нове значення «історичних проектів», вже як сучасно модифікованим проектів. Спін-оффи володіють просторовими мобільностями з різних просторів, жанрів, полів, що в інформаційному просторі стає більш динамічним крос-сферним, горизонтальним переміщенням технологій з фрактальними ефектами тиражування та формуванням вертикальних послідовних циклів, саг, серій і серіалів. Спін-оффи як технології, засновані на залученні уваги, інтересу і розваги, стають центральними в інформаційно-віртуалізованих процесах

формування суб'єктної діяльності та соціокультурної поведінки акторів. Відмінністю від комерційних спін-оффів є цільова результативна функція, в першому випадку – це комерційний прибуток за рахунок мобілізації споживчої аудиторії, у другому випадку – концентрація влади за рахунок легітимації та мобілізації прихильників. Для аналізу сценарних тимчасових, сюжетних, персонажних змін до сучасних глобалізованих історій життя на основі зроблених висновків я вважаю за необхідне введення в коло сценарних процесів дослідження модифікаційних процесів, яке в першому наближенні можна назвати спін-офф-аналізом.

Список використаних джерел

1. *Politics Invades Hollywood*. By Michael Cieply. March 13, 2016, // <http://www.nytimes.com/2016/03/14/business/media/politics-invade-hollywood.html>
2. Елберс А. Стратегія блокбастера. Уроки маркетингу від лідерів індустрії розваг. / Анита Елберс. – Пер з англ Ю. Корнилович – М : Манн, Іванов і Фербер, 2014. – 336 с.
3. *Defending the German language. Signs of the Zeitgeist. The vain battle to promote German*, May 27th 2010, BERLIN// <http://www.economist.com/node/16218324>
4. Перетятко Варвара. Кино, не вызывающее эмоций, не может быть массовым (21 июля 2015) // <http://slon.ru/calendar/event/1130932/>
5. Как появилось слово "Блокбастер"? 2012-12-17 22:39:00 // <http://masterok.livejournal.com/535790.html>

REFERENCES

1. *Politics Invades Hollywood*. By Michael Cieply. March 13, 2016, // <http://www.nytimes.com/2016/03/14/business/media/politics-invade-hollywood.html>
2. *Elbers A. Strategiya blokbastera. Uroki marketingu vid lideriv industrii rozvag.* / Anita Elbers. – Per z angl Yu. Kornilovich – M: Mann, Ivanov i Ferber, 2014. – 336 s.
3. *Defending the German language. Signs of the Zeitgeist. The vain battle to promote German*, May 27th 2010, BERLIN// <http://www.economist.com/node/16218324>
4. *Peretyatko Varvara Kino, ne vyzvayushchee emotsiy, ne mozhет byt' massovym* (21 iyulya 2015) // <http://slon.ru/calendar/event/1130932/>
5. *Kak poyavilos' slovo "Blokbuster"?* 2012-12-17 22:39:00 // <http://masterok.livejournal.com/535790.html>

ЛЕПСКИЙ М. А. доктор философских наук, профессор, декан факультета социологии и управления, Запорожский национальный университет (Запорожье, Украина), E-mail: maxim-l@mail.ru

СПИН-ОФФ-ТЕХНОЛОГИИ СЦЕНАРИРОВАНИЯ В МОБИЛИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПОЛИТИЧЕСКИХ СТОРОННИКОВ

Статья посвящена исследованию процессуальных основ, социально временной и пространственной специфики спин-офф-технологии сценарирования как мобилизации политических сторонников и потребителей. В статье автор исследует образ и технологическое содержание блокбастера и процесс его распространения в рекламную и политическую сферы. В исследовании рассматривается использование успеха блокбастера, как виртуального события, в таких модификациях как приквел, сиквел с доминированием временной модальности; сайдстори, мидквел, интерквел, как смещения центра событий или связывания центров. Театрализация, как технология визуализации политических и экономических событий, становится основой для внедрения спин-офф-технологии не только в мимесисе, творческом подражании в рамках индустрии развлечений, но также в политической и экономической сферах.

Ключові слова: *спін-офф-технології, сценарування, споживачі, політичні прихильники, блокбастер, пертайлінг, технологія візуалізації*

LEPSKIY, MAXIM, *doctor of philosophical Sciences, Full Professor, Dean of the faculty of sociology and administration, Zaporizhzhya National University (Zaporizhzhya, Ukraine) E-mail : maxim-l@mail.ru*

SPIN-OFF-TECHNOLOGY SCENARIO IN MOBILIZING CONSUMERS AND POLITICAL SUPPORTERS

The article is devoted to the procedural framework, socio temporal and spatial specificity of spin-off technology Scenario as the mobilization of political supporters and consumers. In the article the author explores the way technological content of the blockbuster and the process of its propagation in the advertising and political spheres. The study examines the use of the success of the blockbuster, as virtual events, to such modifications as the prequel, the sequel to the dominance of temporal modality; sadstory, midqual, interqual as the displacement of the center of the events or linking centers. Theatricality as imaging technology political and economic events becomes the basis for the implementation of spin-off technologies, not only in the mimesis, the creative imitation within the entertainment industry, but also in political and economic spheres.

Ключові слова: *спін-офф-технології, сценарування, споживачі, політичні прихильники, блокбастер, пертайлінг, технологія візуалізації*

Стаття надійшла до редколегії 26.09.16 р.

Рекомендовано до друку 01.10.16 р.