

**ФИЛИППОВ С.А.,**  
*МГУ им. М.В. Ломоносова,*  
*факультет журналистики,*  
*научный сотрудник*

## **«БОЛЬШОЙ ЭКРАН» И «МАЛЫЙ ЭКРАН»: ОБЩИЕ СЛОВА И ДРЕВНЯЯ ТРАДИЦИЯ**

Среди многих десятков отличий кино и телевидения разница в размерах экранов не кажется наиболее значимой, но именно она упоминается особенно часто. А относительная частотность слов и выражений в речи — давно признанная характеристика их значимости в культуре<sup>1</sup>, в наше время измеряемая с помощью лингвистических корпусов (баз данных с большим количеством репрезентативно отобранных текстов).

В Корпусе русского языка<sup>2</sup> словосочетание «малый экран» (во всех своих грамматических формах) — не самый распространённый синоним телевидения, оно встречается в нём всего лишь пять раз. «Домашний экран» попадает чуть чаще, шесть раз. И им обоим очень далеко до «голубого экрана», который присутствует в шестидесяти девяти документах, включая и многие современные, что, конечно, довольно странно, поскольку цветные телеэкраны вовсе не голубые, и потому, казалось бы, это выражение должно было сгинуть в далёких чёрно-белых временах. Очевидно, устоявшиеся журналистские штампы сильнее изменяющихся реалий.

Но от двух других синонимов «малый экран» принципиально отличается тем, что для противопоставления кино и телевидения

<sup>1</sup> Вежицкая, Анна. Понимание культур через посредство ключевых слов, с англ. (с сокр.). М.: Языки славянской культуры, 2001. С. 30-35.

<sup>2</sup> Электронный ресурс: <http://www.ruscorpora.ru/search-main.html> (все статистические данные на дату обращения: 6.11.2016).

используется только он. Такие выражения, как «публичный», «общественный» или «кинотеатральный экран», которые теоретически могут быть противопоставлены «домашнему», в Корпусе не встречаются ни разу, а единственный известный кинематографический антоним для «голубого экрана» — «серебряный экран» появляется там только однажды, в тексте 1939 года и как раз в качестве характеристики телевизора.

И напротив, там, где упоминается «малый экран», обычно где-то рядом оказывается и «большой»: из пяти примеров в Корпусе, в трёх это имеет место на расстоянии нескольких слов («...на большом и малом экранах Америки...», «...фильмов, сошедших на малый экран с большого...», «...предназначен не для большого, а для малого экрана...»), и ещё в одном — в соседней фразе<sup>3</sup>. Таким образом, можно осторожно предположить, что в обыденном (или, во всяком случае, журналистском) сознании кино и телевидение отличаются, прежде всего, размерами своих экранов, а не чем-либо ещё. Но только предположить, а не утверждать, поскольку пример «голубого экрана» ясно показывает, что устоявшееся выражение способно жить собственной жизнью, оторванной от своего буквального значения.

Однако этот же признак размера оказывается одним из самых высокочастотных дифференциальных признаков в профессиональной теоретической литературе. В недавней статье<sup>4</sup> мы изучали, какие отличия кино и телевидения признавались наиболее значимыми в

<sup>3</sup> Интересно, что в английском языке ситуация хотя и сходная, но кое в чём отличающаяся от нашей. В американском корпусе “Time” (<http://corpus.byu.edu/time/>; по данным на дату обращения: 6.11.2016) словосочетание “small screen” широко распространяется с 1970 х годов, а “big screen” — с 1980 х, и это, вполне вероятно, то самое «после», которое означает «вследствие». Однако рядом эти слова оказываются куда реже, чем в русском языке, в котором, как мы видели, «большой экран» в соответствующем значении соседствует с «малым» в пределах одной фразы в большинстве примеров. В американском корпусе такое имеет место лишь приблизительно в 5% случаев. И ещё примерно с той же частотой рядом со “small screen” встречается слово “big” в другом значении — обычно в каламбурных заголовках, например: “Big Trial on the Small Screen”. Очевидно, что это связано с разницей частотности двух экранов: если английское “small screen” употребляется почти так же часто, как и “big screen” (62 вхождения против 98), то русское «малый экран» упоминается в двадцать пять раз реже, чем «большой экран» (5 документов против 125; интересно, что большинство вхождений «большого экрана» относится к XXI веку). Таким образом, в обоих языках два размера экрана используются для противопоставления кино и телевидения, но для русского «малого экрана» такое словоупотребление — основное, тогда как для английского оно второстепенное. Основное же значение там — просто ‘телевидение, телевизор’, подобно тому, как и «большой экран», и “big screen” прежде всего означают просто ‘кино’, и только потом используются для противопоставления его с телевидением.

<sup>4</sup> Филиппов С. А. В чем разница между телевидением и кино? // Вестник МГУ, серия 10 «Журналистика». 2016, №6. С. 87–109 (в печати).

работах отечественных теоретиков. В работах девяти авторов<sup>5</sup> по три раза упоминаются противопоставления частного/публичного просмотров и наличия/отсутствия возможности прямого обращения к зрителю. По четыре раза — противопоставления дома/кинотеатра и наличия/отсутствия программности. Пять раз — оппозиция малого/большого экранов. И только наличие прямого эфира на телевидении встречается чаще — шесть раз. Интересно, что все многочисленные прочие отличия упоминаются только по одному разу, так что перечисленные шесть противопоставлений можно считать более или менее конвенциональными.

При этом прямой эфир — не совсем полноценный дифференциальный признак двух медиа: он описывает, чем телевидение отличается от кино, но не позволяет симметрично различать их друг с другом. По телевидение можно сказать, что прямой эфир является его специфической чертой, но про кино вряд ли скажешь, что его характеризует именно отсутствие прямого эфира. В результате противопоставление размеров экрана оказывается наиболее значимым отличительным признаком и в общественном сознании, и в профессиональных рефлексиях.

Величина экрана, вообще говоря, может пониматься *в двух значениях: угловом и линейном*. В первом случае речь идёт о той части поля зрения зрителя, которую занимает в нём экран. А во втором — о том физическом месте, которое экран занимает в пространстве. Тем самым второе характеризует только сам экран, а первое также зависит и от местоположения наблюдателя. Видимый издалика линейно большой экран будет иметь небольшие угловые размеры, и, наоборот, линейно маленький экран, видимый в упор, будет весьма большой угловой величины.

Важность угловых размеров экрана очевидна и ни в каких специальных исследованиях не нуждается. Чем меньше угловая величина, тем меньше информации можно передать с помощью такого экрана (поскольку информационная ёмкость ограничена разрешающей способностью зрения). Чем меньше места в поле зрения занимает экран, тем меньшее впечатление показываемое произведёт на зрителя — то есть тем меньшей будет его вовлечённость. А вот важность абсолютных, линейных размеров самих по себе (т.е. безотносительно к угловым) уже далеко не столь очевидна.

<sup>5</sup> Э. Багиров, А. Вольфсон, Р. Ильин, Е. Межов, В. Михалкович, С. Муратов, К. Разлогов, В. Хошинов, А. Юровский.

Какое из двух значений используется в обыденной речи, чисто лингвистическими методами установить, по-видимому, нельзя. Более того, самым естественным выглядит предположение, что оба смысла там синкретически слиты. Это тем более правдоподобно, что средне-статистический угол зрения на киноэкран намного больше обычного угла зрения на экран телевизора (вследствие меньшей разрешающей способности последнего). Поэтому на практике киноэкран оказывается большим и в угловом, и в линейном значениях, так что разделять их в обыденном сознании просто нет необходимости.

С другой стороны, о том, что для зрителей имеет значение не только угловые, но и линейные размеры телеэкрана, свидетельствует их потребительское поведение. В 2009 году две трети продаваемых в мире телевизоров имели диагональ меньше 40 дюймов, через три года их половина, а в 2015 — только треть<sup>6</sup>. При этом подавляющее большинство телевизоров не обеспечивает качество выше 1920×1080 (FullHD), да и контента в более высоком разрешении немного. Поэтому при любом размере экрана разрешающая способность, по сути, одинакова, и зритель, сидящий, скажем, в 75 сантиметрах перед 23-дюймовым монитором, видит изображение в точности такого же качества, как и зрители, сидящие, соответственно, в полутора метрах перед 46-дюймовым телевизором и в трёх метрах от 92-дюймовой панели.

При этом 46-дюймовый телевизор сейчас стоит примерно впятеро дороже 23-дюймового, а гигантские панели дороже ещё в десятки раз. Конечно, такие панели — товар весьма специфический, нишевый, и на него ориентироваться нельзя. Но за что так сильно переплачивают владельцы телевизоров с 46-дюймовой диагональю? Конечно, для многих зрителей здесь важно удобство коллективного (например, семейного) просмотра, но остальные платят большие и очень большие деньги лишь за то, чтобы изображение на экране выглядело больше по абсолютным размерам, хотя и ничуть не более детализованным<sup>7</sup>.

Теоретики телевидения говорят и об угловых, и о линейных размерах экрана. Иногда оба значения синкретически соединяются и у них.

<sup>6</sup> Электронный ресурс: <https://www.statista.com/chart/3780/tv-screen-size/> (дата обращения: 6.11.2016).

<sup>7</sup> Более того, существуют отдельные зрители, которые ради увеличения линейного размера изображения всего лишь на треть (при том же фактическом разрешении) предпочитают смотреть фильмы на двух мониторах (<http://forum.ixbt.com/topic.cgi?id=28:27912-109#3096>; <http://forum.ixbt.com/topic.cgi?id=28:27912-110#3115>; дата обращения: 6.11.2016). То есть смотреть их разделёнными надвое точно посередине и с широкой вертикальной чёрной полосой.

Например, Александр Юровский — по-видимому, первый в отечественной телетеории заговоривший о важности условий просмотра вообще и размера экрана в частности, писал, что «небольшой размер телеэкрана — явление ... закономерное и постоянное, вытекающее из камерных условий просмотра»<sup>8</sup>. Поскольку дом зрителя («камерные условия») ограничивает только физические размеры экрана, но не угловые, то здесь, очевидно, речь идёт о линейной величине.

Но в следующей фразе он пишет: «На экране телевизора содержание изображения должно быть, по сравнению с изображением на киноэкране, сокращённым. Другими словами, нельзя применять дальние общие планы с большим количеством элементов изображения»<sup>9</sup>. Здесь речь идёт об информационной ёмкости изображения, которая не зависит от его линейных размеров, и определяется лишь его угловой величиной и разрешением. Таким образом, Юровский одновременно говорит и о линейных, и об угловых размерах, связанных между собой практически (особенно в практике того времени), но теоретически, вообще говоря, независимых.

Интересна ситуация с нашумевшей в своё время статьёй Александра Вольфсона «Малозэкранное кино», где он доказывал, что «телевидение идентично кинематографу. Лишь с некоторой поправкой на малый размер экрана», который «предпочитает крупные и средние планы, плохо переносит общие планы со сложной композицией»<sup>10</sup>. Ясно, что здесь — как и во второй фразе Юровского — речь идёт о последствиях малой угловой величины телеэкрана, а не линейных размеров. Но, однако, резко раскритиковавший Вольфсона Сергей Муратов совершенно определённо понимает его в линейных терминах, прямо отмежевываясь от угловых.

«Со временем ... экран станет больше, подрастет и переберется на стену, станет похожим на киноэкран. Наконец, уж если на то пошло, неужели нельзя сесть поближе к “Рубину”, чтоб относительный *угол зрения был таким же, как в кинозале*, и экран-лилипут, таким образом, превратился в экран-гулливер? Разумеется, можно. Отчего же нельзя? В конце концов, ведь и “Тайную вечерю” можно распечатать размером с почтовую марку и рассматривать в увеличительное стекло. Можно копию “Рабочего и колхозницы” поставить на туалетном

<sup>8</sup> Юровский А.Я. Специфика телевидения. М.: Гос. комитет по радиовещанию и телевидению при СМ СССР, 1960. С. 12.

<sup>9</sup> Там же.

<sup>10</sup> Вольфсон А. Малозэкранное кино // Искусство кино. 1961. № 5. С. 89.

столике у кровати и показывать восхищенным знакомым. Что изменится? Масштаб восприятия. Вся штука в том, что в искусстве зрительных образов роль играют не только относительные размеры изображения, но и их *абсолютная величина*. Слов нет, конечно, приятно чувствовать, что у тебя в гостиной над спинкой кресла прикреплена Сикстинская мадонна (правда, “с некоторой поправкой” на малый размер репродукции), но почему-то армия пилигримов прекрасного предпочитает коллекциям репродукций полотна Дрезденской галереи»<sup>11</sup>.

Таким образом, если абстрагироваться от эмоционального полемического тона (и от того, что к «Рубину» нельзя сесть достаточно близко вследствие его низкого разрешения), Муратов отказывает угловым размерам в значимости и настаивает на важности именно абсолютных, линейных. К сожалению, он не приводит обоснования этой точки зрения (действия «армии пилигримов» можно объяснить и другими причинами), как не делает этого и Всеволод Вильчек, тремя годами позже настаивавший на том же: «абсолютные размеры изображения очень много значат в искусстве, говоря упрощенно, являются одним из способов передать идею, раскрыть содержание произведения. Художник не станет изображать эпический размах событий на полотне размером с телеэкран, но психологический этюд, пейзаж, аллерею, сценку из книги, карикатуру или портрет станет. Уменьшать абсолютные размеры изображения — это значит редуцировать, заранее согласившись со всеми, неизбежными при восприятии любой репродукции, эмоциональными, эстетическими потерями»<sup>12</sup>.

Чем же обусловлены эти потери? Довольно подробное объяснение содержится в книге Джеральда Миллерсона. «Хотя изображение маленького, но близко расположенного экрана обладает таким же эффективным воздействием, как и большого, но удаленного от нас экране, наши впечатления о масштабе, пространстве и времени на киноэкране не совпадают с теми же впечатлениями в телевидении. <...> Когда наш взгляд останавливается на каком-либо предмете, мы совершенно подсознательно приспособляемся к его размеру и расстоянию до него. Глаза подсказывают нам, что фигурки на телевизионном экране гораздо меньше нас самих. Поэтому у нас появляется ощущение своего превосходства. Когда же мы смотрим на большой киноэкран, наши глаза

<sup>11</sup> Муратов С. Искусство в мерцающих колбах // Муратов С. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений, 2-е изд. М., 2009 (1964). С. 11-12 (абзацы соединены, курсив мой).

<sup>12</sup> Вильчек В. Контуры. Наблюдения о природе телеискусства. Ташкент: Фан, 1967. С. 17.

подсказывают нам, что изображаемые предметы во много раз больше нас по размеру, и это невольно порождает в нас ощущение собственной неполноценности. Вспомните, как в повседневной жизни мы относимся к людям, которые больше или меньше нас самих»<sup>13</sup>.

По сути дела, сказанное вступает в конфликт со всеми правилами и традициями ренессансной центральной перспективы, безраздельно господствующей в западных изобразительных системах уже половину тысячелетия. В соответствии с ними, мы воспринимаем картину, фотоотпечаток, киноэкран или телевизор как своего рода окно в мир, в котором мы, опираясь *только на угловые величины* изображений объектов, достраиваем их пространственные отношения и реальные размеры, в которых мы их и воспринимаем. Поэтому независимо от размера экрана, при равной его угловой величине, «эффективное воздействие» должно быть одинаковым. Однако, не отрицая этого факта, Миллерсон утверждает, что мы *одновременно* воспринимаем изображения и в их физических, линейных размерах, сравниваем их с нашим ростом и по результатам сравнения выстраиваем иерархию доминирования<sup>14</sup>.

То есть, во-первых, вместо чисто углового ренессансного восприятия центральноперспективных построений имеет место то, что мы в своё время назвали плоскостно-пространственной двойственностью<sup>15</sup>, в соответствии с которой такие построения параллельно рассматриваются субъектом и как объёмные явления (на основании угловых величин), и как плоскостные, имеющие свои фактические линейные размеры. И во-вторых, линейные размеры изображения обладают собственной особой семантикой: они выстраивают отношения доминирования или, иначе говоря, задают властный дискурс.

Но если мы всегда видим *и* угловые, *и* линейные размеры изображения, а последние к тому же обладают собственной семантикой, то вряд ли сфера действия линейной величины ограничивается размерами

<sup>13</sup> Миллерсон, Джеральд. Технология телевизионного производства, с англ. (с сокр.). М.: Искусство, 1971. С. 173 (абзацы соединены).

<sup>14</sup> Нечто подобное впоследствии говорил о кинозале и телевизоре и Федерико Феллини: «гигантский экран, господствующий над набожно собравшейся перед ним публикой, состоящей из маленьких-маленьких человечков, замороженно глядящих на огромные физиономии, губы, глаза, ... уже больше не чарует. Мы теперь уже научились властвовать над ним. Мы стали больше, чем он. Глядите, как мы его уменьшили: вот он, маленький, не больше подушки, <...> и мы ... осуществляем над этими маленькими изображениями всю полноту власти» (Феллини, Федерико. Интервью о кино. (Беседа Федерико Феллини с Джованни Грацини) // «Феллини о Феллини». М.: Радуга, 1988. С. 102).

<sup>15</sup> Филиппов С. Что мы видим в глубине картины? Природа и функции пространственности в плоских визуальных искусствах // Артикульт. 2011. Т.1, №1. С.1-6.



телевизоров. Значит, должны обнаруживаться и другие проявления этого феномена. И такие проявления действительно есть, и их можно разделить на две группы: экспериментальные подтверждения влияния линейного размера изображения на его восприятие, обнаруженные психологами, и следы воздействия линейных размеров на свойства изображения, выявляемые искусствоведческими методами.

В трёх солидных психологических исследованиях показано, что линейный размер изображения сам по себе влияет на степень вовлечённости зрителя<sup>16</sup>, а в последнем из них даже утверждается, что уровень вовлечённости определяется именно линейным размером, но не угловым. В посвящённой этой проблематике диссертации Деснея Тена<sup>17</sup> также обнаружено, что испытуемые существенно лучше ориентируются в пространстве, изображённом на экране большего линейного размера, но не показывают никаких различий, например, при работе с текстом.

В наших собственных исследованиях обнаружена значимость одного из аспектов линейных размеров изображения, а именно — соответствия размеров изображаемых фигур их естественным физическим размерам, их натуральной величине. Оказалось, что в классической живописи XIV—начала XX веков натуральная величина если и превышалась (что имело место менее, чем в двух процентах картин), то никогда — более, чем на 30%<sup>18</sup>. То есть даже во времена безраздельного господства в европейской живописи ренессансной перспективы, не предъявлявшей никаких требований — и, следовательно, не накладывавшей никаких ограничений — к физическому размеру изображений, в ней незримо присутствовал встроенный регулятор линейной величины, не позволявший превышать некую границу.

Ещё более значимой натуральная величина была в раннем кино, где в 1900-х годах имела место явная тенденция к согласованию типичной крупности персонажей в кадре со стандартным размером киноэкрана — с тем, чтобы в итоге они выглядели примерно в свою

<sup>16</sup> Hatada, Toyohiko and Sakata, Haruo and Kusaka, Hideo. Psychophysical Analysis of the “Sensation of Reality” Induced by a Visual Wide-Field Display // “SMPTE Journal”, vol. 89, No.8 (August 1980). Pp. 560–569. Troscianko, Tom and Meese, Timothy S. and Hinde, Stephen. Perception while watching movies: Effects of physical screen size and scene type // “i-Perception”, vol. 3 (7), 2012. Pp. 414–425. Baranowski, Andreas M. and Hecht, Heiko. The big picture: Effects of surround on immersion and size perception // “Perception”, vol. 43 (10), 2014. Pp. 1061–1070.

<sup>17</sup> Tan, Desney S. Exploiting the Cognitive and Social Benefits of Physically Large Displays, Doctoral Dissertation, Carnegie Mellon University, Pittsburgh (PA), August 2004 (<http://research.microsoft.com/en-us/um/people/desney/publications/dissertation/desneytan-dissertation.pdf>).

<sup>18</sup> Филиппов С. Угловое и линейное. Элементы рецепции натуральной величины в плоских визуальных искусствах // Искусствознание. 2014. № 1 2. С. 124–148.



натуральную величину<sup>19</sup>. Когда же — с распространением укрупнения в кинематографе 1910-х — такое согласование оказалось невозможным, увеличение размеров изображений персонажей на экране сверх их натуральной величины столкнулось с резкой и почти единодушной критикой пишущих о кино<sup>20</sup>, хотя и, возможно, было сравнительно легко принято зрителями. В результате кино стало первой (и на некоторое время единственной) системой коммуникации в истории человечества, допустившей существенное превышение натуральной величины изображения. Что, разумеется, заставляет лишний раз задуматься о важности линейных размеров изображения как таковых.

Итак, хотя бы и противопоставление большого и малого экранов в речи оказалось не просто удобной бытовой метонимией или журналистским эвфемизмом, но частью очень сложного и развитого конгломерата, неразрывно связанного с многовековой историей искусства и с психологией зрительного восприятия.

<sup>19</sup> Филиппов С. Рецепция натуральной величины в раннем кинематографе // Ракурсы. Т. 10. М.: ГИИ, 2014. С. 56–76. Филиппов С. «В натуральную величину». Пространственная рецепция в раннем кино // Киноведческие записки. 2014. № 106/107. С. 157–178.

<sup>20</sup> Филиппов С. Бродвингские чудовища и рецепция натуральной величины: Критика укрупнения в американской кинопрессе 1910 х // Вестник МГУ, серия 10 «Журналистика». 2015, №2. С. 90–102.