

ИНДУСТРИИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

ТЕХНОЛОГИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

№3 (8), 2024

SOCIO-CULTURAL RESEARCH TECHNOLOGIES

experience
INDUSTRIES

(16+)

Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT), 2024, 3 (8).

Главный редактор

С. А. Маленко (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия).

Заместитель главного редактора

А. Г. Некита (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия).

Редакционная коллегия:

- Е. В. Быкова (Санкт-Петербургский государственный университет, Россия);
Г. В. Варакина (Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), Москва, Россия);
А. П. Воеводин (Луганская государственная академия культуры и искусств им. М. Матусовского, Россия);
О. А. Габриелян (Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия);
Д. П. Гавра (Санкт-Петербургский государственный университет, Россия).
В. Ч. Добрева (Университет библиотекознания и информационных технологий, София, Болгария);
В. Е. Добровольская (Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина, (Технологии. Дизайн. Искусство), Москва, Россия);
А. Б. Ефременков (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия);
Е. Н. Корнилова (Московский государственный университет, Москва, Россия);
Н. А. Лукьянова (Томский политехнический университет, Россия);
Б. В. Марков (Санкт-Петербургский государственный университет, Россия);
Неби Мехдиев (Тракийский университет, Эдирне, Турция);
А. В. Павлов (Высшая школа экономики, Москва, Россия);
О. В. Попова (Институт философии РАН, Москва, Россия);
В. В. Савчук (Санкт-Петербургский государственный университет, Россия);
С. З. Семерник (Гродненский государственный университет им. Янки Купалы, Беларусь);
С. В. Тихонова (Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, Россия);
Е. О. Труфанова (Институт философии РАН, Москва, Россия);
О. А. Фихтнер (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия);
Н. А. Хренов (Государственный институт искусствознания, Москва, Россия);
О. К. Шевченко (Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия).

Редакция:

Н. А. Кащей (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия);
Т. А. Афанасьев (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия);
С. В. Донских (Гродненский государственный университет им. Янки Купалы, Беларусь);
В. В. Матвеев (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия);
В. А. Смирнов (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия);
В. О. Шипулин (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия).

Переводчик: Н. В. Данейкина.

Технический редактор: Д. А. Ванюшкин.

Учредитель и издатель

ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого»

Адрес учредителя и издателя: 173003, Россия, Великий Новгород,
ул. Большая Санкт-Петербургская, 41. Телефон: 8 (8162) 627244

Адрес редакции: 173003, Россия, Великий Новгород,
ул. Большая Санкт-Петербургская, 41, ауд. 3402. Телефон: 8 (8162) 338830
E-mail: **experience@novsu.ru**

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.

Выписка из реестра зарегистрированных
средств массовой информации № ФС77-83574 от 13 июля 2022 г.

Официальный сайт издания: **<https://eiscrt.press>**

Дата выхода: 15.08.2024.

© Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, 2024

© Авторы статей, 2024.

Все права защищены



(16+)

Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT), 2024, 3 (8).

Editor-in-Chief

S. A. Malenko (Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia)

Deputy Editor-in-Chief

A. G. Nekita (Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia)

Editorial Board:

E. V. Bykova (Saint-Peterburg State University (SpbU), Russia);
G. V. Varakina (Russian State University named after I.I. A.N. Kosygin
(Technology. Design. Art), Moscow, Russia);

A. P. Voevodin (Luhansk State Academy of Culture and Arts
named after M. Matusovsky, Russia);

O. A. Gabrielyan (V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia);
D. P. Gavra (Saint-Peterburg State University (SpbU), Russia);

V. C. Dobreva (University of Library Science and Information Technology,
Sofia, Bulgaria);

V. E. Dobrovolskaya (Russian State University named after I.I. A.N. Kosygin
(Technology. Design. Art), Moscow, Russia);

A. B. Efremenkov (Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia);

E. N. Kornilova (Moscow State University (MSU), Moscow, Russia);
N. A. Lukyanova (Tomsk Polytechnic University, Russia);

B. V. Markov (Saint-Peterburg State University (SpbU), Russia);

Nebi Mehdiyev (Trakii University, Edirne, Turkey);

A. V. Pavlov (Higher School of Economics, Moscow, Russia);

O. V. Popova (RAS Institute of Philosophy, Moscow, Russia);

V. V. Savchuk (Saint-Peterburg State University (SpbU), Russia);

S. Z. Semernik (Yanka Kupala State University of Grodno, Belarus);
S. V. Tikhonova (Saratov State University (SSU), Russia);

E. O. Trufanova (RAS Institute of Philosophy, Moscow, Russia);

O. A. Fikhtner (Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia);

N. A. Hrenov (State Institute of Art Studies, Moscow, Russia);

O. K. Shevchenko (V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia).



Editorial:

N. A. Kashchey (Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia);
T. A. Afanasieva (Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia);
S. V. Danskikh (Yanka Kupala State University of Grodno, Belarus);
V. V. Matveev (Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia);
V. A. Smirnov (Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia);
V. O. Shipulin (Yaroslav-the-Wise Novgorod State University,
Veliky Novgorod, Russia).

Translation Editor: N. V. Daneykina.

Technical Editor: D. A. Vanyushkin.

Founder and editor

FSBEI HE "Yaroslav-the-Wise Novgorod State University".

Address of founder and editor: 173003, Russia, Veliky Novgorod,
ul. B. St. Petersburgskaya, 41. Tel.: 8 (8162) 627244.

Corresponding address: 173003, Russia, Veliky Novgorod,
ul. B. St. Petersburgskaya, 41, of. 3402. Tel.: 8 (8162) 338830.

E-mail: **experience@novsu.ru**

The edition is registered by the Federal Service for Supervision
in the Sphere of Communications,

Information Technology and Mass Communications (Roskomnadzor).

Extract from the register of registered

mass media No. FS77-83574 dated July 13, 2022.

Official website of the edition: **<https://eiscrt.press>**

Release date: 15.08.2024.

© **Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, 2024.**

© **Authors of articles, 2024.**

All rights reserved.



СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

Колонка главного редактора. Экранная культура в зеркалах визуальной ностальгии.

Сергей Маленко..... 9

рефлексии

Экранная культура: сущность и перспективы трансформации.

Олег Габриелян, Ибрагим Сулейменов..... 22

К проблеме сегментации современной телеаудитории.

Виталий Познин 54

Массовая культура: погоня за потребителем или его производство.

Василий Смирнов..... 82

Эпатажен ли гений, оказавшийся трансгрессивной личностью?

Елена Яковleva..... 117

традиция

Женский роман – литература, макулатура и... психология.

Андрей Буровский 154

Закат эстетики будуара. Советский субъект в лабиринте декоративной истории и культурная революция 1990-х годов в России.

Николай Кедров..... 198

«Коктейльный» Чебурашка: медийные технологии создания и продвижения образа в российском массовом кинематографе.

Андрей Некита, Сергей Маленко..... 238

Великие стройки коммунизма в зеркале советской ностальгии.

Софья Тихонова..... 276

Урбанистический калейдоскоп: многообразие образов Луганского края в творчестве М. М. Матусовского и советском кино.

Оксана Серостанова, 302

дело вкуса: впечатления коносъера

Мифопоэтика Alma Valley (вино крымского модерна).

Олег Шевченко, Анна Дорофеева..... 342

рецензии

Вспомнят ли «умные толпы» андроидов об электроовцах, или как возможна медиапамять в эпоху цифры. Рецензия на монографию Дениса Артамонова

Андрей Некита, Сергей Маленко..... 378

event-панорама

«Русская Мечта»: патриотизм российских индустрий впечатлений на страже традиционных ценностей и современной отечественной культуры.....

407

CONTENTS OF THE ISSUE

Editor-in-Chief's column. Screen Culture in the Mirrors of Visual Nostalgia.

Sergey Malenko 9

reflections

Screen culture: the essence and prospects of transformation.

Oleg Gabrielyan, Ibragim Suleimenov 22

Problem of Segmentation of Modern TV Audience.

Vitaly Poznin 54

Mass culture: the pursuit of the consumer or its production.

Vasiliy Smirnov 82

Is a genius who turns out to be a transgressive person shocking?

Elena Iakovleva 117

tradition

Women's novel – literature, wastepaper and... psychology.

Andrey Burovsky 154

The sunset of the aesthetics of the Boudoir. The Soviet subject in the labyrinth of decorative history and the Cultural Revolution of the 1990s in Russia.

Nickolay Kedrov 198

"Cocktail" Cheburashka: media technologies for creating and promoting an image in Russian mass cinema.

Andrey Nekita, Sergey Malenko **238**

The Great Buildings of Communism in the Mirror of Soviet Nostalgia.

Sophia Tikhonova **276**

Urban kaleidoscope: the variety of images of the Lugansk region in the works of Matusovsky and soviet cinema.

Oxana Serostanova **302**

a matter of taste:

connoisseur's impressions

Alma Valley mythopoetics (crimean modern wine).

Oleg Shevchenko, Anna Dorofeeva **342**

reviews

Will the "smart crowds" of androids remember about the electric sheep, or how media memory is possible in the era of digit. Review of the monograph by Denis Artamonov.

Andrey Nekita, Sergey Malenko **378**

event-panorama

"Russian Dream": patriotism of Russian experience industries on guard of traditional values and modern national culture.....

407

Колонка главного редактора

Сергей Маленко,
Новгородский государственный
университет
им. Ярослава Мудрого
(Великий Новгород, Россия).

Sergey Malenko,
*Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia).*



[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-9-20](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-9-20)

ЭКРАННАЯ КУЛЬТУРА В ЗЕРКАЛАХ ВИЗУАЛЬНОЙ НОСТАЛЬГИИ

Дорогие читатели!

Редакция научно-практического сетевого издания «Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований / Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies» (EISCRT) представляет Вам третий выпуск в текущем 2024 году. Номер посвящен анализу природы массовой экранной культуры как визуального пространства функционирования ностальгических трендов о советском прошлом в контексте технологий современных индустрий впечатлений.

Номер открывает совместное международное исследование Олега Габриеляна и Ибрагима Сулейменова, констатирующее тот факт, что экранная культура непременно и непрерывно должна приобретать новое качество и способствовать формированию высокого искусства. Подобный подход может быть весьма продуктивным при использовании идей А. Н. Скрябина о влиянии искусства на становление сознания человека. При этом использование технических и электронных возможностей для решения этой задачи становится одним из ключевых средств трансформации самой экранной культуры.

Виталий Познин представляет санкт-петербургскую искусствоведческую школу своей статьей, посвященной изучению особенностей сегментации зрительских аудиторий и создания на этой основе нишевых телеканалов, ориентированных на удовлетворение эстетических и досуговых запросов пользователей. Помимо этого, экранный контент с течением времени становится все более поверхностным, преимущественно ориентируясь на псевдонаучность и сенсационность как в подборе фактов, так и в самой стилистике подачи информационных материалов.

Автор из Великого Новгорода Василий Смирнов рассуждает о потенциале массовой культуры в формировании культурных потребностей индивидов. В то же время, неуклонно трансформируясь в индустрию, и становясь эффективным маркетинговым инструментом, современная культура неизбежно превращается в рядоположенный экономический институт. Автор

обоснованно настаивает на целесообразности использования теорий Карла Маркса и Антонио Грамши для исследования сущности и оценки перспектив развития современных культурных индустрий.

Одновременно именно массовая культура становится тем пространством, в котором творческая личность может преодолевать сложившиеся социокультурные и институциональные границы. Эту тему поднимает наша казанская коллега Елена Яковлева, которая стремится определить природу гения и его творчество как подлинные экзистенциалы бытия человека. Поэтому произведение искусства выступает закономерным результатом созидательной деятельности гения и его воображения, что и позволяет творцу выходить за границы общепринятого, тем самым шокируя и эпатируя обывателей.

Рубрику «Традиция» открывает полемическая статья петербургского писателя и философа Андрея Буровского, который в свойственной ему ироничной манере рефлексирует по поводу жанровой специфики женского романа и его отличий от традиционных «мужских» литературных текстов. Женский роман, по мысли автора, всегда конструируется благодаря образам главных героинь, их преследователей и бескорыстных помощников. При этом мужчина-герой в подобных текстах – всегда обычна, можно даже сказать заурядная личность, материально обеспеченная и возможно даже женатая. Как раз поэтому именно главная героиня демонстративно обращает этот персонаж в объект своего выбора и любви, тем самым способствуя развитию этого литературного



жанра и его превращению в достаточно популярный и доходный сегмент современной индустрии впечатлений.

Николай Кедров рассматривает сценарии трансформации художественного вкуса зрительской аудитории на закате советского общества. Для этого он предпринимает сравнительное исследование экранизаций известных литературных произведений Александра Дюма во Франции и в СССР. Показательно, что по мысли автора французские экранизации начинались с легких, полукомедийных постановок и заканчивались глубоким погружением зрителей в исторический контекст. Тогда как в Советском Союзе сложился особый стиль экранизаций, всецело опирающийся на театральную декоративность. Это было связано со стремлением советских режиссеров обойти существовавшие тогда идеологические запреты. Но, в то же время, автор констатирует, что современные российские телесериалы все-таки ушли от советской модели экранизации классики и стали неотъемлемой частью отечественной культурной индустрии.

Андрей Некита и Сергей Маленко публикуют в текущем номере свою вторую статью, посвященную всестороннему исследованию нашумевшей российской семейной комедии «Чебурашка». Они обращают внимание на то, что необычайная зрительская и коммерческая успешность этого проекта во многом была связана с массовым заимствованием голливудских медиийных технологий в отечественной кинематографической практике последних лет. Этот креативный продукт на фоне возрастающей ностальгии по советскому прошлому эффективно внедряет в

отечественную культурную практику западно-ориентированные культурно-идеологические ценности. Поэтому весь фильм «Чебурашка» фактически становится единой «пасхалкой», непрерывно отсылающей массового зрителя к уже известным и хорошо «обкатанным» образам наиболее успешных популярных западных, советских и российских медиапроектов.

Саратовская исследовательница Софья Тихонова также продолжает плодотворно разрабатывать тему советской ностальгии. В этот раз она рассматривает ее в контексте мифологии великих строек коммунизма. Деструктивные социально-политические процессы в послевоенном СССР, по мнению автора, не позволили в полной мере раскрыть потенциал мифологического пафоса великих строек коммунизма, а потому, абсолютно закономерно, не смогли в итоге перейти в дискурс исторической памяти.

Ностальгия по советскому также является объектом рассмотрения и для нашего луганского автора Оксаны Серостановой, которая изучает ее в контексте художественных образов Луганского края в творчестве Михаила Матусовского, а также в кинематографе советской поры. Послевоенная Луганщина позиционируется в подобных художественных произведениях посредством символов возрождения, трудолюбия, веры в будущее, чествования подвигов героев и тружеников. Как раз таким образом у зрителя создается эмоциональное напряжение, максимально передающее динамику непрерывно изменяющихся городских культурных ландшафтов.

В уже традиционной для нашего издания рубрике «Дело вкуса: впечатления коносъера» крымские авторы Олег Шевченко и Анна Дорофеева исследуют мифопоэтический потенциал линеек вин Alma Valley. Они устанавливают, что историко-мифологическая составляющая этого бренда находится в тесной взаимосвязи со вкусовыми особенностями вина, дизайном этикетки и конкретной идеей той или иной серии вин. В итоге философия вин Alma Valley является результатом смелых экспериментов крымских виноделов долины Альмы.

В рубрике «Рецензии» развернуто представлен анализ книги саратовского автора Денис Артамонова «Медиапамять в эпоху цифры». Андрей Некита и Сергей Маленко обращают внимание на необычайную значимость исследований стратегий формирования и трансформации памяти в современных медиасредах. Медиаконтент о прошлом настоятельно требует разработки инновационных исследовательских стратегий для изучения принципов функционирования коллективной памяти. Особенно важно это в условиях повсеместной цифровизации социальной коммуникации.

И, наконец, завершает третий номер новая рубрика «Event-обзор» в которой представлен дайджест культурных событий, социально значимых инициатив и проектов, реализованных региональными отделениями общероссийского общественного движения «Русская Мечта» за первое полугодие 2024 года.

Редакция выражает надежду, что материалы, представленные в выпуске, найдут своего заинтересованного

читателя и станут прекрасным поводом для развития научных дискуссий в сфере культурных индустрий.

Для цитирования статьи:

Маленко, С. А. (2024). Экранная культура в зеркалах визуальной ностальгии. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 9–20. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-9-20](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-9-20)

Editor-in-Chief's Column

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-9-20](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-9-20)

SCREEN CULTURE IN THE MIRRORS OF VISUAL NOSTALGIA

Dear readers!

The editorial board of the scientific and practical online journal "Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies" (EISCRT) presents the third issue in the current 2024. The issue is devoted to the analysis of the nature of mass screen culture as a visual space for the functioning of nostalgic trends about the Soviet past in the context of the technology of modern experience industries.

The issue opens with a joint international study by Oleg Gabrielyan and Ibragim Suleimenov, stating the fact that screen culture must necessarily and continuously acquire a new quality and contribute to the formation of high art. Such an approach can be very productive when using the ideas of A. N. Scriabin about the influence of art on the formation of human consciousness. At the same time, the use of technical and electronic capabilities to solve this problem becomes one of the key means of transforming screen culture itself.

Vitaly Poznin represents the St. Petersburg art history school with his article devoted to the study of the features of segmentation of viewer audiences and the creation of niche TV channels on this basis aimed at satisfying the aesthetic and leisure needs of users. In addition, screen content is becoming increasingly superficial over time, primarily focusing on pseudo-science and sensationalism both in the

selection of facts and in the very style of presentation of information materials.

The author from Veliky Novgorod Vasily Smirnov discusses the potential of mass culture in shaping the cultural needs of individuals. At the same time, modern culture inevitably turns into a coordinate economic institution transforming steadily into an industry and becoming an effective marketing tool. The author insists rightly on the expediency of using the theories of Karl Marx and Antonio Gramsci to study the essence and assess the development prospects of modern cultural industries.

At the same time, it is mass culture that becomes the space in which a creative personality can overcome established socio-cultural and institutional boundaries. This topic is raised by our Kazan colleague Elena Yakovleva, who seeks to define the nature of a genius and their creativity as genuine existentials of human existence. Therefore, a work of art is a natural result of the creative activity of a genius and their imagination, which allows the creator to go beyond the boundaries of the generally accepted, thereby shocking and epatering ordinary people.

The "Tradition" section opens with a polemical article by St. Petersburg writer and philosopher Andrei Burovsky, who, in his characteristic ironic manner, reflects on the genre specificity of the women's novel and its differences from traditional "male" literary texts. According to the author, the women's novel is always constructed thanks to the images of the main characters, their persecutors and selfless assistants. At the same time, the male hero in such texts is

always an ordinary, one might even say mediocre person, financially secure and possibly even married. That is precisely why the main heroine demonstratively turns this character into the object of her choice and love, thereby contributing to the development of this literary genre and its transformation into a fairly popular and profitable segment of the modern experience industry.

Nikolay Kedrov examines scenarios for the transformation of the artistic taste of the viewing audience at the end of Soviet society. He undertakes a comparative study of the film adaptations of famous literary works by Alexandre Dumas in France and the USSR to do this. It is significant that, according to the author, French film adaptations began with light, semi-comedic productions and ended with the deep immersion of viewers in the historical context. Whereas in the Soviet Union a special style of screen adaptations developed, entirely based on theatrical decorativeness. This was due to the desire of Soviet directors to bypass the ideological prohibitions that existed at that time. But, at the same time, the author states that modern Russian TV series have nevertheless moved away from the Soviet model of screen adaptations of classics and have become an integral part of the domestic cultural industry.

Andrey Nekita and Sergey Malenko publish their second article in the current issue, dedicated to a comprehensive study of the sensational Russian family comedy "Cheburashka". They draw attention to the fact that the extraordinary audience and commercial success of this project was largely due to the mass borrowing of Hollywood media technologies in Russian cinematographic practice in

recent years. This creative product, against the backdrop of growing nostalgia for the Soviet past, effectively introduces Western-oriented cultural and ideological values into domestic cultural practice. Therefore, the entire film "Cheburashka" becomes a single "Easter egg", continuously referring the mass viewer to already known and well-tested images of the most successful popular Western, Soviet and Russian media projects.

Saratov researcher Sofia Tikhonova also continues to develop fruitfully the theme of Soviet nostalgia. This time she examines it in the context of the mythology of the great construction projects of communism. According to the author, the destructive socio-political processes in the post-war USSR did not allow the potential of the mythological pathos of the great construction projects of communism to be fully revealed, and therefore, absolutely naturally, could not ultimately move into the discourse of historical memory.

Nostalgia for the Soviet era is also an object of consideration for our Luhansk author Oksana Serostanovaya, who studies it in the context of artistic images of the Luhansk region in the works of Mikhail Matusovsky, as well as in Soviet-era cinema. Post-war Luhansk is positioned in such works of art through symbols of rebirth, hard work, faith in the future, and honoring the exploits of heroes and workers. This is how the viewer creates emotional tension, maximally conveying the dynamics of continuously changing urban cultural landscapes.

In the already traditional for our publication section "A Matter of Taste: Impressions of a Connoisseur" Crimean authors Oleg Shevchenko and Anna Dorofeeva explore the mythopoetic potential

of the Alma Valley wine lines. They establish that the historical and mythological component of this brand is closely related to the taste characteristics of the wine, the design of the label and the specific idea of a particular series of wines. As a result, the philosophy of Alma Valley wines is the result of bold experiments by Crimean winemakers of the Alma Valley.

The "Reviews" section presents a detailed analysis of the book by Saratov author Denis Artamonov "Media Memory in the Digital Age". Andrey Nekita and Sergey Malenko draw attention to the extraordinary importance of research into strategies for the formation and transformation of memory in modern media environments. Media content about the past urgently requires the development of innovative research strategies for studying the principles of functioning of collective memory. This is especially important in the context of the widespread digitalization of social communication.

And finally, the third issue ends with a new section, "Event Review," which presents a digest of cultural events, socially significant initiatives and projects implemented by regional branches of the all-Russian public movement "Russian Dream" in the first half of 2024.

The editors hope that the materials presented in this issue will find their interested readers and will become an excellent opportunity for the development of scientific discussions in the field of cultural industries.

For citation:

Malenko, S. A. (2024). Screen Culture in the Mirrors of Visual Nostalgia. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 9–20. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-9-20](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-9-20)

рефлексии

УДК 130.2

5.10.1. Теория и история культуры, искусства

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-22-53](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-22-53)

ЭКРАННАЯ КУЛЬТУРА: СУЩНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТРАНСФОРМАЦИИ



Олег Габриелян,

Крымский федеральный
университет
им. В. И. Вернадского
(Симферополь, Россия).

Oleg Gabrielyan,

V. I. Vernadsky Crimean
Federal University
(Simferopol, Russia).

ORCID: 0000-0003-0302-0229

e-mail: gabroleg@mail.ru



Ибрагим Сулейменов,

Национальная инженерная
академия Республики
Казахстан
(Алматы, Казахстан).

Ibrahim Suleimenov,

National Academy of
Engineering of the Republic of
Kazakhstan
(Almaty, Kazakhstan).

ORCID: 0000-0002-7274-029X

e-mail: esenych@yandex.ru

Для цитирования рецензии:

Габриелян, О. А., & Сулейменов, И. Э. (2024). Экранная культура: сущность и перспективы трансформации. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 22-53. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-22-53](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-22-53)

Аннотация. В статье показано, что на современном этапе особенно остро стоит вопрос о необходимости преобразования экранной культуры в новое качество, отвечающее представлениям о высоком искусстве и обладающее интеллектуальной (в том числе, философской) насыщенностью. Демонстрируется, что ведущим средством осуществления такой трансформации может и должно стать привнесение соответствующих концептов в идейную основу высшей школы. Доказывается, что основой подходов, позволяющих осуществить переход к высокой экранной культуре, могут стать воззрения деятелей культуры Серебряного века, в частности А. Н. Скрябина, предложившего концепт «Мистерии» как некоего синтетического действия, способного, в том числе, трансформировать сознание человека средствами искусства, наполняемого философским содержанием. С точки зрения общих представлений об эволюции социума, это, в том числе отвечает использованию ресурсов надличностного уровня переработки информации. В настоящее время существует возможность трансформировать идеи А. Н. Скрябина и его современников, не только наполнив из рациональным содержанием, но и обеспечить их воплощение в культурную и педагогическую практику с использованием современных информационных технологий.

Ключевые слова: экранная культура, ноосфера, надличностный уровень переработки информации, риторика, эволюция культуры, социокультурный код, мистерия Скрябина, Серебряный век.

Введение: экранная культура в историческом контексте

То, что можно обозначить термином «экранная культура» [Соколов 2020: 4-20; Берлева 2023: 330-334], порождено вполне определенными средствами коммуникации, точнее средствами передачи информации. Их эволюция отчетливо коррелирует с эволюцией одной из основных институций, которые от века формировали фундамент любого государства – со сферой образования.

В Древней Греции и Древнем Риме – там, где зародилась цивилизация в ее базовой современной форме, – одной из основных компонент обучения была риторика (говоря упрощенно – ораторское искусство), которая достигла расцвета во времена Цицерона [Еровенко 2017: 109–119].



Филипп фон Фольц. Перикл произносит похоронную речь (*Perikles hält die Leichenrede*, 1852 г., Рейксмузеум, Амстердам). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/erKT>

Эта традиция сохранялась очень долгое время. Так, еще более тысячелетия после падения Западной Римской Империи в Византии существовала практика, когда удачно составленная и

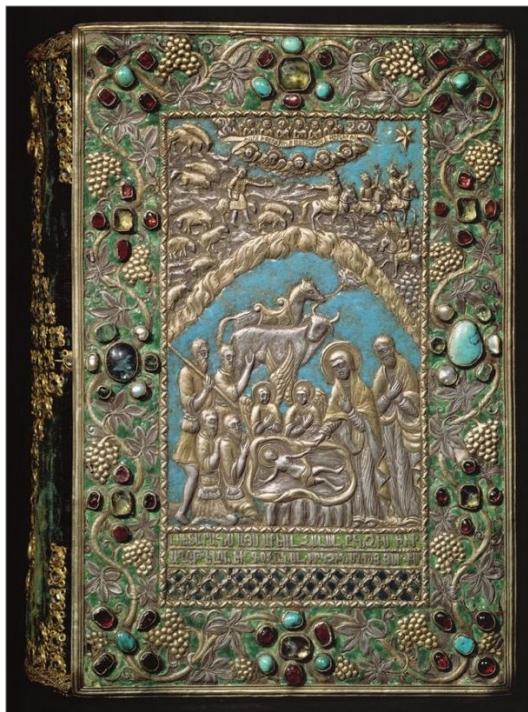
произнесенная речь открывала юноше путь к блестящей карьере, а обучение риторике было неотъемлемой составной частью образования [Болгова 2011].

В Западной Европе в Средние века первая ступень обучения Семи свободным искусствам именовалась «тривиум» [Губанов 2016: 12] (отсюда – слово «тривиальный», вошедшее в русский язык).

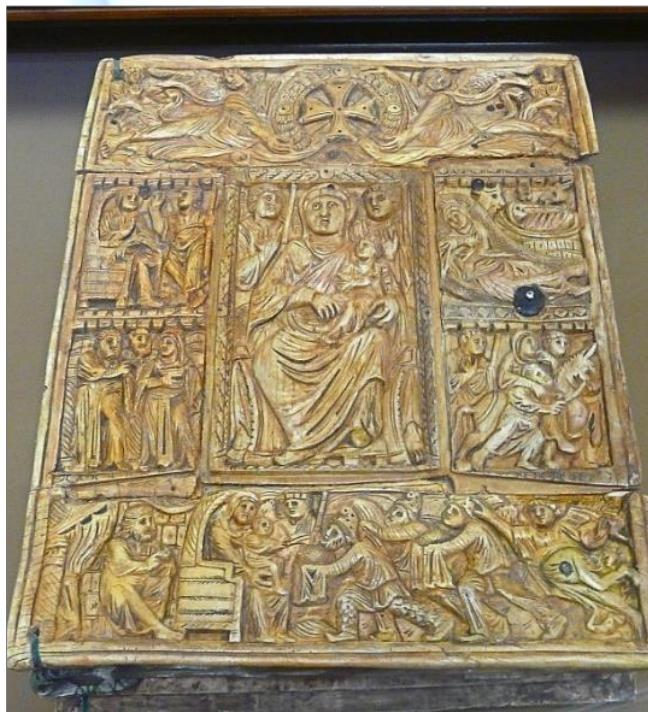
Его важнейшей составной частью также была и риторика.

С точки зрения теории коммуникаций, это не может вызывать удивления. Письменные источники информации стоили очень дорого. Так, тексты книг писали на пергаменте, на специально выделанной телячьей коже, а сами книги оформлялись в соответствии с их огромной стоимостью (художественно выполненные миниатюры, дорогостоящие переплёты, часто украшавшиеся произведениями ювелирного искусства).

С изобретением книгопечатания и существенным удешевлением производства бумаги социальные коммуникации постепенно «переключились» на письменную речь. Преимущества такого способа коммуникаций были очевидны – возможность длительного сохранения передаваемой информации, передача на дальние расстояния и т. д. Разумеется, все эти преимущества реализовывались и ранее, но технический прогресс обусловил переход из количества в качество.



Шахамир А. Переплет Евангелие 13-го века (1691 г.), Кесария.
Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
<https://www.radiovan.fm/station/article/7843>



Оклад Эчмиадзинского Евангелия (989 г.) VI в. Из коллекции Матенадарана. Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Erevan-Armenia_\(2882327437\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Erevan-Armenia_(2882327437).jpg)

Как следствие, в школьные программы с течением времени прочно вошел предмет, который в Российской Империи был известен как «словесность» [Аннушкин 2014: 614–615], а в СССР – «русская литература», в рамках которого учеников обязывали писать сочинения, таким образом приобщая их к ведущему способу и стилю коммуникаций, который цементировал общество того времени.

Массовый переход к электронной коммуникации снова кардинально изменил положение дел [Jensen 2022: 226; Mantovani 2021: 224], причем здесь самое пристальное внимание здесь следует уделить не только и не столько объемам передаваемой

информации, сколько уже качественному изменению самого характера коммуникации.

Экранная культура с точки зрения нейросетевой теории ноосферы

Нет необходимости доказывать, что весьма существенные различия между китайской культурой, и культурами, использующими индоевропейские языки, во многом связаны с принципиально различным характером письменности. В основе китайской письменности лежат иероглифы, представляющие собой трансформированные зрительные образы, а в основе письменности на индоевропейских языках – буква алфавита, или символы, передающие звуки. В одном случае письменность ориентируется на восприятие через зрение, в другом – через слух.

С точки зрения нейросетевой теории ноосферы [Габриелян & Сулейменов 2023: 168], это различие действительно является принципиальным.

Здесь мы вынуждены сделать небольшое отступление. Эта теория позволяет, в частности, дать последовательную интерпретацию понятия «социокультурный код». Подобная интерпретация, в свою очередь, базируется на представлениях о существовании надличностного уровня переработки информации [Габриелян & Сулейменов 2023: 168], доказать существование которого можно, и не прибегая к построению математических моделей.

Действительно, по существующим представлениям, в основе появления сознания человека, лежит вполне конкретный

физический процесс – обмен сигналами между нейронами, входящими в состав головного мозга.

Именно этот физический процесс отвечает также и за обмен информацией между различными индивидами. Подчеркнем, что в ходе межличностного общения на физическом уровне речь может идти только об обмене сигналами между нейронами, локализованными в различных головах. Передача «информации» (понимаемой в обыденном смысле этого термина, то есть передача тех или иных сведений и т. д.) представляет собой результат обработки этих сигналов.

Уточним, что теория [Габриелян & Сулаймиров 2023: 168] проводит достаточно тонкое – но, с точки зрения философии, весьма существенное – различие между собственно процессом передачи информации (в форме сигналов, отвечающих конкретному физическому процессу) и результатом ее обработки. В первом случае речь идет о физических процессах, которые могут быть охарактеризованы тем или иным набором физических величин (скорость передачи информации, амплитуда сигналов и т. д.). Во втором случае в дело вступают алгоритмы обработки информации, как нечто качественно отличающееся от объектов материального (в обыденном понимании этого термина) мира. Такие объекты могут быть носителями алгоритмов (равно как и носителями любой другой информации), но их истинная природа не может быть редуцирована к тем или иным физическим процессам и их непосредственным характеристикам. Алгоритм – это объект сугубо информационной природы.

Далее, обмен сигналами между нейронами, локализованными в отдельно взятой голове, приводит к появлению сознания человека. Обмен сигналами между нейронами, локализованными в разных головах, приводит к появлению надличностного уровня переработки информации. Более корректно это формулируется следующим образом [Габриелян & Сулейменов 2023: 168]. Межличностное общение приводит к формированию общей нейронной сети. В предельном случае (когда рассматривается обмен с участием населения планеты в целом) этот фактор приводит к формированию ноосфера, которая также представляет собой вполне определенную информационно-коммуникационную реальность.

Очевидно, что характеристики общей нейронной сети зависят, в том числе, от интенсивности информационного обмена.

Элементарные соображения, многократно отраженные в учебниках по теории информации, показывают, что речевой сигнал, то есть такой сигнал, который может быть закодирован последовательностью неких цифробуквенных символов, несет гораздо меньший объем информации, нежели тот, что обеспечивает передачу изображений.

Следовательно, то, что именуется «экранной культурой» меняет не только форматы общения между индивидами, она трансформирует и ноосферу в целом. Иная форма передачи информации, которая становится доминирующей в обществе, приходя на смену «письменной культуре», трансформирует, в том числе, надличностный уровень переработки информации.

По нашему мнению, это и есть главный вызов, стоящий перед человечеством, и выражаемый термином «экранная культура».

В первую очередь, на этот вызов, очевидно, должна реагировать система образования.

В университетах середины XX века никто и не думал преподавать риторику, хотя она и входила в «Семь свободных искусств», о чем не могли не быть осведомлены ведущие педагоги того исторического периода.

Разумеется, обозначенная выше схема эволюции характера коммуникаций представляет собой достаточно грубое приближение. Технические (равно как и изобразительные) средства передачи информации совершенствовались непрерывно, и, соответственно, общество в этом отношении тоже трансформировалось достаточно плавно. Точнее, триада «риторика – изящная словесность – экранная культура» описывает эволюцию коммуникаций в обществе только в достаточно грубом приближении, хотя она и позволяет выделить базовые отличительные признаки.

Так, в Средние века роспись стен католических храмов служила, в том числе, средством визуальной агитации (другое дело, что такая форма информационного воздействия заведомо была ограниченной не столько охватом аудитории, сколько площадью поверхности стен).

Расцвет церковного изобразительного искусства (искусства, заведомо предполагающего использование библейских сюжетов) с очевидностью не мог не быть связан с соответствующей

политикой Ватикана, что подтверждается фактами прямого финансирования деятельность величайших художников со стороны Римско-Католической церкви.



Джотто ди Бондоне. Фрески комплекса Сан-Франческо. Францисканский цикл. Смерть Святого Франциска (Ассизи, Италия, конец 13 в.). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://niistali.narod.ru/cities/Giotto.htm>



Джотто, Чимабуэ и др. Фрески в правом (северном) крыле трансепта нижней церкви комплекса Сан-Франческо (Ассизи, Италия, конец 13 в.). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/Zwoa>

Средства визуального информационного воздействия существовали от века, вопрос только в стоимости воздействий такого рода.

Сходным образом дело обстоит и с риторикой. Своего рода второе дыхание она получила в первой половине XX века в связи с изобретением радио и громкоговорителей, то есть, средств, позволяющих оказывать информационное воздействие на людей в массовом порядке, причем стоимость такого воздействия оказалась существенного ниже, нежели стоимость распространения пропаганды посредством печатного слова.

Существует обоснованное мнение [Переслегин 2010: 570], в соответствии с которым такие тоталитарные государства как

Третий Рейх, цементированные мощнейшей пропагандистской машиной, не могли бы возникнуть без таких средств пропаганды как кино, громкоговорители и радио.

Впрочем, независимо от адекватности этого суждения громкоговорители действительно служили средством массовой коммуникации.



Ленинградцы слушают сообщения у громкоговорителя на проспекте 25-го Октября (с 1944 года Невский проспект). Автор: Георгий Коновалов. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://waralbum.ru/297452>.)



Впрочем, уточнения такого рода не могут повлиять на основный посыл настоящей работы. Здесь имеет место своего рода коэволюция ноосферы (как вполне определенной информационно-коммуникационной среды [Габриелян & Сулайменов 2023: 168]) и технических средств отображения и передачи информации.

Технические средства сами по себе не могут трансформировать общество, но они отвечают на соответствующий социальный запрос, и в этом качестве действительно обеспечивают существенные трансформации ноосферы как целостности.

Тот социальный запрос – по крайней мере, со стороны мыслящей части общества, – который существует сегодня, можно определить как необходимость преобразования некоего «экранного vulgo» в высокое искусство.

Выражаясь метафорически, мир ждет некоей реинкарнации Данте Алигьери, который сумел конвертировать vulgo – вульгарную латынь, употребляемую полудикарями, заселившими просторы распавшейся Римской Империи – в нечто качественно иное, в язык новой эпохи, создав предпосылки для последующего рывка вперед.

Впрочем, применительно к проблематике экранной культуры, задуматься, прежде всего, следует о продолжительности соответствующих процессов.

Простейшее наблюдение: от изобретения печатного станка Гуттенбергом до эпохи расцвета классической русской

литературы (в качестве очевидного маркера можно принять дату выпуска А. С. Пушкина из лицея) прошло немногим меньше четырех веков.

Это время потребовалось для того, чтобы трансформировать иную (а именно, порожденную печатным станком) форму коммуникации в высокое искусство.

Еще больше времени отделяет появление классических литературных форм периода их расцвета от первого успешного опыта кодификации обновленного естественного языка средствами литературы (Данте).

Нет никаких оснований полагать, что в сложившихся условиях имеет смысл уповать на непрогнозируемое рождение фигур равнозначных Данте или Пушкину. Еще меньше оснований надеется на то, что их аналоги смогут реально что-то сделать, а не будут растоптаны серостью.

Следовательно, целесообразно подойти к этому вопросу системно и поставить вопрос о том, как именно то, что может именоваться экранной или видео-цифровой культурой, может быть преобразовано в высокое искусство и какие для этого необходимо создать предпосылки.

Этот вопрос имеет очевидное социально-политическое измерение, поэтому представляется целесообразным вернуться к базису и проанализировать воздействие трансформаций коммуникационной среды на социокультурный код государств и народов.

Это важно, поскольку времени ожидать, когда экранная культура породит высокое искусство «в режиме самоорганизации», нет. Эту работу нужно проводить целенаправленно, причем с учетом главного фактора – обеспечения взаимодействия с надличностными информационными объектами.

Экранная культура: воздействие на социокультурный код

Из самых общих положений нейросетевой теории ноосфера вытекает, что формирование экранной (шире – цифровой) культуры не может не вызывать существенного воздействия на социокультурный код стран и народов. Этот код образован, в том числе, и информационными объектами, формирующимися на надличностном уровне переработки информации. Если изменяется характер формирования самого этого уровня, то неизбежно модифицируются и объекты, которые способны существовать на этом уровне.

«Изыщная словесность», ставшая неотъемлемой частью культуры образованной части населения Российской Империи, заведомо сформирована вполне определенные объекты, реально существующие на надличностном уровне переработки информации.

Эти объекты заведомо связаны с деятельностью вполне конкретных людей, оказавших более чем заметное воздействие, в том числе, на характер функционирования естественных языков (еще раз уместно вспомнить о феномене Данте).

Нейросетевая теория ноосферы показывает [Габриелян & Сулейменов 2023: 168], что применительно к таким деятелям культуры как А. С. Пушкин и А. А. Ахматова выражения в стиле «они обессмертили свое имя» перестают носить сугубо метафорический характер. Любой человек оставляет свой «ментальный след» на надличностном уровне переработки информации. Именно здесь лежат корни такого явления как почитание культа предков, характерного практических для всех народов мира.

При условии, что воздействие на относительно самостоятельный фрагмент глобальной нейронной сети, сформированный определенной общностью, было достаточно интенсивным, то такой «ментальный сред» конвертируется в надличностный информационный объект, обладающий собственным нетривиальным поведением.

Реальность объектов такого, разумеется, может быть поставлена под сомнение. Но, существует, подчеркнем это еще раз, и контраргумент. Сознание любого человека точно так же, как и сущности, пребывающие на надличностном уровне переработки информации, представляет собой сугубо информационный объект. Физически – как самостоятельного объекта, тем более характеризуемого теми или иными физическими величинами, – человеческого сознания не существует. Физически существует только обмен сигналами между нейронами коры головного мозга.

Заметим, однако, что даже если скептически относится к положениям нейросетевой теории ноосферы, то все равно возникает вопрос о том, как именно можно перейти от «экранного

vulgo», от оглушающей насилие деятельности разномастных блогеров и «коучей» к «экранной культуре», которая окажется способной (пусть и иным языком) говорить о тех же непреходящих ценностях, о которых говорила классическая литература.

Вопрос де-факто состоит в том, кто (или что) может сыграть ту роль, которую когда-то сыграл А. С. Пушкин и иные деятели культуры, главным образом, литераторы. Это возвращает к вопросу о естественном и искусственно стимулируемом развитии коммуникационной среды. Было бы странно предполагать, что Данте Алигьери был целенаправленно взращен теми или иными политическими кругами (хотя, разумеется, отдельные отрывки «Божественной комедии» носят все признаки политического памфлета).

С точки зрения нейросетевой теории ноосферы, такие персоны как он являются некими «посредниками» между надличностным уровнем переработки информации и миром обыденности. Подобный вывод, в том числе, позволяет раскрыть сущность Героев античных мифов, которые, как показано в книге «Тысячеликий герой» [Кэмпбелл 2022], отличаются на удивление сходной структурой.

Древние Боги, с отстаиваемой нами точки зрения [Габриелян & Сулайменов 2023: 168], представляют собой некие деформированные отражения надличностных информационных объектов. Их действительно можно считать реальными – по крайней мере в той же мере, в которой реальным является сознание отдельного человека. И то, и другое, представляет собой

результат обмена сигналами между нейронами и ее последующей обработки нейронной сетью как системной целостностью.

Посредник – некий аналог Героя древних мифов – может возникнуть и помимо воли отдельных людей или сформированных ими политических структур. Скорее, это – некий отклик ноосферы как целостности на события, протекающие в обыденном мире. Есть все основания полагать, что именно на этой основе можно раскрыть природу появления пророков (в смысле термина, который ему придают авраамические религии), а шире – природу появления «пассионариев» (термин понимается по Л. Н. Гумилеву).

Впрочем, аналогом пророка, а точнее посредником между надличностным уровнем переработки информации (миром Древних Богов) и миром людей может выступать и коллектив, точнее сообщество людей, объединенных общими устремлениями и обеспечивающее достаточно эффективный межличностный обмен интеллектуально насыщенной информацией.

Примером такого «коллективного посредника» является сообщество деятелей культуры Серебряного века, которое остро почувствовало кардинальные изменения миропорядка, сформировавшиеся по итогам Первой мировой войны [Матрасулова 2023: 55–60].

Следовательно, если не уповать на счастливую реинкарнацию Данте Алигьери или Анны Ахматовой, то не остается ничего другого, кроме как попытаться «синтезировать» такого коллективного посредника, используя информационные технологии, благо они уже вплотную подходят к тому, чтобы

обеспечить верифицируемый контакт с надличностным уровнем переработки информации.

Обоснованность такой постановки вопроса также отражена в [Габриелян & Сулейменов 2023: 168]. Вследствие более чем бурного развития телекоммуникационных технологий, ноосфера уже де-факто оказалась конвертирована в человека-машинную систему.

Важно использовать этот ресурс максимально адекватно. Это возвращает нас к вопросу о роли высшей школы в современном обществе.

Экранная культура и современная высшая школа

Необходимо признать очевидное. В состязании за умы молодежи высшая школа – в той форме, в которой она существует сейчас – проиграла разномастным «блогерам». Доминирующее воздействие на умы молодежи де-факто оказывают именно они, но никак не ведущие педагоги и даже не те «спикеры», которые в своих YouTube-каналах пытаются говорить нечто осмысленное.

Это обусловлено сугубо объективными причинами. Высшая школа и так уже сама по себе представляет более чем инерционную систему, но, кроме всего прочего, этот фактор кратко усиливается существующей бюрократией. Так, изменения программы отдельно взятого учебного курса, даже если они целиком и полностью даже не только укладываются в рамки существующей парадигмы, но носят косметический характер – крайне сложная и утомительная бюрократическая процедура.

«Блогеры» – как лица, которые не отвечают вообще ни за что, – намного более мобильны. Они в состоянии не только учитывать новые веяния, но и делать это максимально комфортным для аудитории способом.

Более того, они де-факто пользуются теми преимуществами, которые предоставляет им экранная (шире – цифровая) культура. Это – заведомо более эффективное информационное воздействие, нежели аудиторные занятия. Помимо прочего, изображение может гораздо более эффективно передать то, что не всегда адекватно передает письменная речь – эмоции. Чтобы передать эмоции «на письме» нужно обладать недюжинными литературными способностями. Далеко не каждый автор учебника таковыми обладает. Привлекательность аудиторных занятий по сравнению с чтением текста учебника определяется именно тем, что общение преподавателя со студентами является в той или иной степени «живым», то есть здесь не может не играть самую существенную роль эмоциональный фактор.

По-настоящему талантливая лекция – это та, которую преподаватель превращает в театр одного актера.

Он должен, в том числе, создать у студентов соответствующий эмоциональный настрой. Самые талантливые лекторы оказывались и оказываются способным увлечь студентов силой своего рода «гипноза», за счет которого в аудитории витает соответствующий «дух», демонстрирующий, что каждый из слушателей может, как минимум, шагнуть на следующую ступень в саморазвитии.



Нет необходимости доказывать, что эмоциональное состояние слушателя более чем эффективно воздействует на степень усвоемости материала. Более того, те приемы, которые в благих целях не так давно использовали ведущие университетские педагоги, в настоящее время часто используют разномастные шарлатаны, воздействуя на аудиторию не столько силой логических построений, сколько апелляцией к эмоциям.

Как наиболее концентрированную форму обучения в указанном выше смысле допустимо рассматривать мистерии Древнего мира. С современных позиций их следует трактовать как комплексное воздействие на все органы чувств адепта с тем, чтобы материал – как смысл религиозного учения – был усвоен максимально полно.

Здесь ключевым термином является «смысл». Система образования, восходящая к трудам Яна Амоса Коменского, де-факто апеллировала только в одной форме осмысливания действительности, к той, что построена на логике (точнее – на логике Аристотеля), которая является далеко не единственной возможной.

В последнее время все чаще появляются работы, в которых используются такие термины как «нейропедагогика». Их обзор представлен, в частности, в работе [Храмова 2023: 275-316]. Сторонники таких научных направлений нацелены на то, что построить некий «мост» между пониманием того, как именно функционирует головной мозг человека, и методиками преподавания.

Авторы работ, выполненных в указанном направлении, на наш взгляд, зачастую уделяют чрезмерное внимание частностям, забывая, что становление любой новой научной парадигмы требует, в первую очередь, ее философского осмысления.

Для того, чтобы сделать первые адекватные шаги в этом направлении, на наш взгляд, вовсе не обязательно представлять себе картину функционирования головного мозга во всех деталях. Достаточно понимать, что это – некий отделенный аналог нейронной сети.

Такая сеть способна воспринимать нечто как целостность, не аналитически, но синтетически.

Очевидными примерами «синтетического» восприятия информации человеком являются те, что связаны с откликом на произведения искусства. Шире – трансцендентальный способ постижения действительности заведомо не может не быть связан с таким свойством нейронной сети как способность осуществлять параллельные вычисления, анализировать объект целиком и сразу.

Следовательно, «смысл» может быть усвоен самыми различными «техниками».

Путь, по которому пошла высшая школа со времен Яна Амоса Коменского, однозначно связан с Аристотелевой логикой.

Обучающемуся предлагается лично убедиться в том, что теорема Пифагора верна. Предполагается (по умолчанию), что, убедившись в этом, он поймет, о чем идет речь и будет идти по этому пути дальше.

В условиях, когда высшее образование стало массовым, такой подход себя исчерпал. Как показывает опыт преподавания по самым различным дисциплинам, подавляющее большинство современных студентов меньше всего интересуется доказательностью тезисов, озвучиваемых преподавателем.

«Блогеры», упомянутые выше, де-факто используют иной подход к обучению, весьма близкий к мистериям Древнего мира. Задача такой Мистерии – обеспечить для потенциального адепта «увидеть все и сразу». «Схватить» некую целостность.

Доказательность при этом приносится, разумеется, в жертву. Но, подчеркнем, никто окончательно не обосновал, что доказательность в смысле логики Аристотеля является единственным верным инструментом верификации чего-либо.

В конце концов, конечным критерием истины является практика. Следовательно, для достижения истины можно пользоваться любыми инструментами, лишь бы они удовлетворяли этому критерию. Наиболее очевидным примером в данном отношении является аппарат многозначных логик, которые со времен Яна Лукасевича отрицают один из базовых законов логики Аристотеля – закон исключения третьего.

Продолжая эту логику, можно прийти к выводу, что иные – нелогичные – способы постижения и отражения действительности также окажутся верифицируемыми, но уже на другом уровне понимания того, что именуется словом «верификация».

Разумеется, детальное обсуждение такого рода вопросов уводит далеко в сторону от предмета этой статьи, но подобные



соображения делают наглядным тот тезис, о котором говорилось выше.

Логика Аристотеля комплементарна кодировке информации в цифробуквенной форме, которая, в свою очередь, теснейшим образом связана с речью, причем в той ее форме, которая характерна для индоевропейских языков (тональность, в отличие от китайского, не несет прямой смысловой нагрузки).

Речь – не единственная форма восприятия человеком, хотя и наиболее простая для формализации (в том числе, средствами логики).

Следовательно, нужно обратить самое пристальное внимание на якобы «нелогичные» формы обучения, тем более что они самым тесным образом связаны с художественной и трансцендентальной формами познания, отрицать значимость которых (с учетом современных достижений нейронауки) нелепо.

Их интуитивно используют все те же «блогеры», но высшая школа имеет все возможности – опираясь на тысячелетний опыт – сделать все то же самое на несколько порядков лучше и в благих целях.

Реализация конкретных форм такого обучения, разумеется, требует широкого обсуждения и соответствующей творческой энергии.

Но, здесь и лежит ключ к успеху.

Действительно, на рубеже XIX и XX веков педагогам было намного проще создать соответствующий эмоциональный настрой у аудитории, нежели сейчас. Действительно, в тот исторический

период наука и техника развивались столь стремительными темпами, что значительная часть студентов в будущем видела себя изобретателями, предпринимателями, реализующими все новые и новые научные открытия на практике, и т. д. То, чему учили в университетах, было не просто весьма и весьма востребованным – студенты ясно видели возможность движения вперед, в котором они могут занять свое место.

Сегодня такие возможности имеются, по-видимому, преимущественно в области информационных технологий, но здесь – в силу того, что фронт научных исследований ушел очень далеко – соответствующий эмоциональный настрой крайне сложно создать по объективным причинам.

Необходимость создания новых форм обучения, ориентированных на творчество и нестандартные практики (в том числе, психологические) само по себе представляет весьма новое поле для деятельности.

В особенности, если донести до молодежи базовую мысль – речь идет действительно о становлении следующей стадии развития цивилизации, той, в которой может быть обеспечен эффективный контакт с надличностным уровнем переработки информации.

Средствами кино и театра вполне можно более чем наглядно продемонстрировать, что приобщение к форматам деятельности, ориентированным на взаимодействие с этим уровнем, позволяет молодым людям в известном смысле встать бровень с Героями древних мифов, которые, как вытекает из теории [Габриелян &

Сулейменов 2023: 168], решали аналогичные задачи. Напомним, что в соответствии с нейросетевой теорией ноосферы Герой выполняет функции посредника между миром обыденности и «горним миром», как миром надличностных информационных объектов.

Этот фактор, как минимум, может способствовать созданию соответствующего эмоционального настроя в аудиториях.

Параллельно, создание новых средств обучения – в том числе, с максимально полным использованием интеллектуального потенциала студентов – решают задачу и по обеспечению перехода к интеллектуально насыщенным формам экранной культуры.

Механизмы такого перехода для разных цивилизаций, разумеется, могут быть различными. Можно ставить, например, вопрос о тех или иных «модификациях Голливуда», комплементарных конкретному социокультурному коду.

Но, не менее важно рассмотреть вопрос о реализации – уже на другом технологическом уровне идеи Скрябина о Мистерии как о некоем музыкально-литургическо-театрализованном представлении, наполненном философским содержанием. По замыслу автора, «Мистерия должна была стать глобальным, общечеловеческим и космическим действом, ведущим к полному преображению всего человечества» [Кравченко 2020: 82-94]. Отметим, что в процитированной работе также продемонстрирована органическая связь идей Скрябина с общим

контекстом религиозно-мистических учений, возникших в России в конце XIX века.

Нейросетевая теория ноосферы позволяет придать этой идее рациональный смысл. Мистерия в данном случае рассматривается как инструмент, обеспечивающий контакт с надличностным уровнем переработки информации. Как минимум, речь идет о том, что Мистерия, понимаемая в духе Скрябина, воздействует на все органы чувств параллельно и, тем самым, обеспечивается намного более эффективное усвоение любых сведений. Элементы мистериальных действ могут быть внесены в учебный процесс, причем сам процесс создания таких мистерий может рассматриваться как элемент обучения (магистерские диссертации, выпускные работы и т. д.), привносящий соответствующий эмоциональный настрой.

Отметим, что такая постановка вопроса де-факто уже является следующим шагом по сравнению с попытками задействовать «эмоциональный интеллект» (в трактовке, использованной, например, О. В. Шинкарёвой и Е. А. Майоровой [Шинкарёва & Майорова 2018: 263-265]) в учебном процессе. Факторы, отражаемые этим понятием, безусловно, важны, но этого явно недостаточно. Нужны инструменты, способные кардинально трансформировать эмоциональный настрой обучающихся, причем комплементарные стимулированию творческой энергии.

Идеи Скрябина и других деятелей культуры Серебряного века, будучи преобразованными в рациональную форму, допускающую использование современных информационных

технологий, представляются в этом отношении наиболее перспективными.

Заключение

Таким образом, есть все основания поставить вопрос о преобразовании текущих форматов экранной культуры в высокое искусство, с тем, чтобы целенаправленно провести ее по тому пути, по которому в прошлые столетия прошла письменная культура.

Такой переход имеет смысл реализовывать, прежде всего, в высшей школе, которая сама нуждается в весьма серьезном обновлении хотя бы только потому, что она проиграла «блогерам» состязание за влияние на умы молодежи.

Основой для реализации такого перехода на практике могут служить идеи о синтетическом искусстве, наполненном философским и иным интеллектуальным содержанием, выдвинутые А. Н. Скрябиным и другими деятелями культуры Серебряного века.

В настоящее время есть все возможности для того, чтобы воплотить эти идеи в практику, но на новом витке развития, в том числе, используя современные информационные технологии.

Исследование выполнено за счет гранта РНФ (проект № 24-28-00413 «Образ героя в современном российском медиапространстве: состояние и перспективы»).

Литература

Аверина, Т. Б., Акулова, Н. Н., Александрова, И. Б., Аннушкин, В. И., Бернацкая, А. А., Евсеева, И. В., Винская, Л. А., Ковтун, Н. В., Фельде, О. В., & Смолина, А. Н. (2014). *Словесность. Эффективное речевое общение (базовые компетенции): словарь-справочник* (стр. 614-615). Красноярск: Сибирский федеральный университет. Режим доступа: <https://bik.sfu-49.ru>

- kras.ru/elib/view?id=BOOK1-81%2F%D0%AD+949-163305 (дата обращения: 10.01.2024).
- Берлева, И. Н., & Беляев, Д. А. (2023). Онтология и антропология экранной культуры. *Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке*, 12(1A).
- Болгова, А. М. (2011). Хорикый из Газы: античная риторика как форма для византийской школы. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология*, 17(1), 48-53.
- Габриелян, О. А., & Сулейменов, И. Э. (2023). Теория сложных систем: ноосферный контекст. Симферополь: Издательский дом ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского».
- Губанов, Н. Н., & Губанов, Н. И. (2016). Вызов Аполлона и образовательный потенциал общества. *Гуманитарный вестник*, 4 (42), 4.
- Еровенко, В. А. (2017). Философия образования Цицерона и место риторики в преподавании математики. *Российский гуманитарный журнал*, 6(2), 109-119.
- Матрасулова, Д. К., & Сулейменов, И. Э. (2023). Дионисийство Серебряного века с точки зрения современного культурного взаимодействия Востока и Запада. *Осознание Культуры - залог обновления общества. Перспективы развития современного общества: материалы XXIV Всероссийской научно-практической конференции, Севастополь, 14–15 апреля 2023 года* (стр. 55-60). Севастополь: Рибест.
- Кравченко, В. В. (2020). Философско-мистический смысл, истоки и параллели «Мистерии» А. Н. Скрябина. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки*, 2, 82-94.
- Кэмпбелл, Д. (2022). *Тысячеликий герой*. Санкт-Петербург: Питер.
- Переслегин, С. Б. (2010). *Возвращение к звездам*. Москва: АСТ.
- Соколов, А. В. (2020). Книжная культура и экранная культура в социальной коммуникации. *Лексикографическая копилка*, 4-20.
- Храмова, М. В., Храмов, А. Е., & Федоров, А. А. (2023). Современные тренды развития нейронаучных исследований в образовании. *Вопросы образования*, 4, 275-316.
- Шинкарёва, О. В., & Майорова, Е. А. (2018). Оценка эмоционального интеллекта студентов высших учебных заведений. *Балтийский гуманитарный журнал*, 7(4), 263-265.
- Jensen, K. B. (2022). *Media convergence: The three degrees of network, mass, and interpersonal communication*. London: Routledge.
- Mantovani, G. (2021). *New communications environments: From everyday to virtual*. London: CRC Press.

Информация об авторах

Габриелян Олег Аршавирович – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии. Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского (Россия, 295007, г. Симферополь, ул. Ялтинская, 20), ORCID: 0000-0003-0302-0229, gabroleg@mail.ru

Сулейменов Ибрагим Эсенович – доктор химических наук, кандидат физико-математических наук, профессор, главный научный сотрудник. Национальная инженерная академия Республики Казахстан (Казахстан, 050000, Казахстан, г. Алматы, Тулебаева, 82-21), ORCID: 0000-0002-7274-029X, esenych@yandex.ru

SCREEN CULTURE: THE ESSENCE AND PROSPECTS OF TRANSFORMATION

Oleg Gabrielyan, Ibragim Suleimenov

Abstract. The article shows that at the present stage, the question of the need to transform screen culture into a new quality that meets the ideas of high art and has intellectual (including philosophical) saturation is particularly acute. It is proved that the basis of approaches that make it possible to make the transition to high screen culture can be the views of cultural figures of the Silver Age, in particular A. N. Scriabin, who proposed the concept of "Mystery" as a kind of synthetic action capable, among other things, of transforming human consciousness by means of art filled with philosophical content. From the point of view of general ideas about the evolution of society, this, among other things, corresponds to the use of resources at the transpersonal level of information processing. Currently, there is an opportunity to transform the ideas of A. N. Scriabin and his contemporaries, not only filling them with rational content, but also ensuring their implementation into cultural and pedagogical practice using modern information technologies.

Keywords: screen culture, noosphere, transpersonal level of information processing, rhetoric, evolution of culture, socio-cultural code, mystery of Scriabin, Silver Age.

References

- Averina, T. B., Akulova, N. N., Aleksandrova, I. B., Annushkin, V. I., Bernatskaia, A. A., Evseeva, I. V., Vinskaia, L. A., Kovtun, N. V., Fel'de, O. V., & Smolina, A. N. (2014). *Slovesnost'. Effektivnoe rechevoe obshchenie (bazovye kompetentsii): clovar'-spravochnik* [Literature. Effective speech communication (basic competencies): dictionary reference] (pp. 614-615). Krasnoyarsk: Siberian Federal University Publ. Available at: <https://bik.sfu->

- kras.ru/elib/view?id=BOOK1-81%2F%D0%AD+949-163305 (accessed: 10.01.2024). (In Russ).
- Berleva, I. N., & Beliaev, D. A. (2023). Ontologija i antropologija ekrannoj kul'tury [Ontology and anthropology of screen culture]. *Kontekst i refleksiya: filosofija o mire i cheloveke* [Context and reflection: philosophy about the world and man], 12(1A). (In Russ).
- Bolgova, A. M. (2011). Khorikii iz Gazy: antichnaia ritorika kak forma dlja vizantiiskoi shkoly [Horikiy from Gaza: Ancient rhetoric as a form for the Byzantine School]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Istorija. Politologija* [Scientific bulletin of Belgorod State University. Series: History. Political science], 17(1), 48-53. (In Russ).
- Erovenko, V. A. (2017). Filosofija obrazovaniia Tsitserona i mesto ritoriki v prepodavanii matematiki [Cicero's Philosophy of Education and the place of rhetoric in teaching mathematics]. *Rossiiskii gumanitarnyi zhurnal* [Russian Humanitarian Journal], 6(2), 109-119. (In Russ).
- Gabrielian, O. A., & Suleimenov, I. E. (2023). *Teoriia slozhnykh sistem: noosfernyi kontekst* [Theory of complex systems: the noospheric context]. Simferopol: Publishing House of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University. (In Russ).
- Gubanov, N. N., & Gubanov, N. I. (2016). Vyzov Apollona i obrazovatel'nyi potentsial obshchestva [The Apollo Challenge and the educational potential of society]. *Gumanitarnyi vestnik* [Humanitarian Bulletin], 4 (42), 4. (In Russ).
- Jensen, K. B. (2022). *Media convergence: The three degrees of network, mass, and interpersonal communication*. London: Routledge.
- Kempbell, D. (2022). *Tysiachelikii geroi* [The thousand-faced hero]. Saint-Petersburg: Peter Publ. (In Russ).
- Khramova, M. V., Khramov, A. E., & Fedorov, A. A. (2023). Sovremennye trendy razvitiia neironauchnykh issledovanii v obrazovanii [Current trends in the development of neuroscience research in education]. *Voprosy obrazovaniia* [Education issues], 4, 275-316. (In Russ).
- Kravchenko, V. V. (2020). Filosofsko-misticheskii smysl, istoki i parallel'i «Misterii» A. N. Skriabina [Philosophical and mystical meaning, origins and parallels of the "Mystery" by A. N. Scriabin]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Serija: Filosofskie nauki* [Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: Philosophical Sciences], 2, 82-94. (In Russ).
- Mantovani, G. (2021). *New communications environments: From everyday to virtual*. London: CRC Press.
- Matrasulova, D. K., & Suleimenov, I. E. (2023). Dionisiistvo Serebrianogo veka s tochki zrenija sovremennoj kul'turnoj vzaimodeistviia Vostoka i Zapada [Dionysianism of the Silver Age from the point of view of modern cultural interaction between East and West]. *Osoznanie Kul'tury - zalog obnovlenija obshchestva. Perspektivy razvitiia sovremennoj obshchestva: materialy XXIV Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Sevastopol', 14-15 aprelija 2023 goda* [Awareness of Culture is the key to the renewal of society. Prospects for the development of modern society: materials of the XXIV All-Russian Scientific and Practical Conference, Sevastopol, April 14-15, 2023] (pp. 55-60). Sevastopol: Ribest Publ. (In Russ).

- Pereslegin, S. B. (2010). *Vozvrashchenie k zvezdam* [Return to the stars]. Moscow: AST. (In Russ).
- Shinkareva, O. V., & Maiorova, E. A. (2018). Otsenka emotsional'nogo intellekta studentov vysshikh uchebnykh zavedenii [Assessment of the emotional intelligence of students of higher educational institutions]. *Baltiiskii gumanitarnyi zhurnal* [Baltic Humanitarian Journal], 7(4), 263-265. (In Russ).
- Sokolov, A. V. (2020). Knizhnaya kul'tura i ekrannaya kul'tura v sotsial'noi kommunikatsii [Book culture and screen culture in social communication]. *Leksikograficheskaya kopilka* [Lexicographic piggy bank], 4-20. (In Russ).

Author's information

Gabrielyan Oleg Arshavirovich – Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Department of Philosophy. V. I. Vernadsky Crimean Federal University (20 Yaltinskaya str., Simferopol, 295007, Russia), ORCID: 0000-0003-0302-0229, gabroleg@mail.ru

Suleimenov Ibrahim Esenovich – Doctor of Chemical Sciences, Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Professor, Chief Researcher. National Academy of Engineering of the Republic of Kazakhstan (82-21, Tulebaeva, Almaty, 050000, Kazakhstan), ORCID: 0000-0002-7274-029X, esenych@yandex.ru

For citation:

Gabrielyan, O. A., & Suleimenov, I. E. (2024). Screen culture: the essence and prospects of transformation. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 22-53. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-22-53](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-22-53)

УДК: 32.019.51:654.19

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-54-81](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-54-81)

К ПРОБЛЕМЕ СЕГМЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ ТЕЛЕАУДИТОРИИ



Виталий Познин,
Российский институт
истории искусств
(Санкт-Петербург,
Россия).

Vitaly Poznin,
Russian Art
History Institute
(Saint-Petersburg,
Russia).

ORCID: 0000-0002-6936-6241
e-mail: poznin@mail.ru

Для цитирования статьи:

Познин, В. Ф. (2024). К проблеме сегментации современной телевидения. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 54-81. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-54-81](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-54-81)

Аннотация. Современная экранная культура, возникшая благодаря бурному развитию электроники и цифровых технологий, перенесла значительную массу информации самого разного характера на экраны – начиная от экранов кинотеатров и заканчивая экранчиками различных современных гаджетов. Аудиовизуальное творчество, начавшееся в конце XIX века крошечным экраном кинетоскопа Т. Эдисона, в котором движущееся

изображение сопровождалось звуком фонографа, в XX веке, после демонстрации фильмов на больших экранах в огромных залах, вновь вернулось в основной своей массе к индивидуальному способу получения информации – через телевещание и Интернет. В настоящей статье рассматриваются проблемы дифференциации аудитории, получающей информацию аудиовизуального характера, а также затрагиваются вопросы сегментации современной экранной культуры на примере общедоступных эфирных каналов. Кроме того, внимание уделяется стратификации нишевых каналов, ориентированных на целевую аудиторию и некоторым аспектам функционирования социальных сетей, переключивших на себя внимание значительной части пользователей экранной информации. Помимо прочего исследование касается семантического и эстетического аспектов информации, поставляемой зрителю эфирными телеканалами.

Ключевые слова: экранная культура, аудиовизуальная информация, телевещание, дифференциация аудитории, нишевые телеканалы, социальная сеть интернета. эволюция СМИ, телевидение, кино, мультимедиа, «глобальная деревня».

Введение, или когда практика опровергает теорию

В вышедшем ровно 60 лет назад и сразу ставшем знаменитым труде «Понимание медиа: внешние расширения человека» [Маклюэн 2003], Маршалл Маклюэн броским тезисом «the medium is the message» (что в одном из вариантов перевода с английского может означать «средство коммуникации есть сообщение») фактически отождествил технологическую форму создания, доставки и потребления информационного продукта с содержанием пересылаемого сообщения, считая семантическое и эстетическое наполнение передаваемой информации вторичным фактором.

Время показало, что канадский исследователь, при том, что его внимание было сосредоточено в основном на технологической стороне создания и потребления информации, тем не менее, не смог предвидеть дальнейшее развитие средств создания и

доставки информации, что опровергает ряд положений его стройной теории.

Например, специфику телевидения М. Маклюэн видел в том, что указанное средство информации имеет «низкую визуальную определенность» [Маклюэн 2003: 358], то есть, малое разрешение (максимум 625 строк). «Если бы кто-то спросил, изменится ли все это, если технология поднимет характер телевизионного образа на тот уровень насыщенности данными, который свойствен кино, – писал он, – можно бы было ответить вопросом на вопрос: «А можем ли мы изменить мультфильм, добавив в него элементы перспективы и светотени? Ответ будет: да, но только это будет уже не мультфильм. Так и усовершенствованное телевидение будет уже не телевидением» [Маклюэн 2003: 358].

Как известно, за минувшие годы многие технические параметры телевизионного вещания и приема изменились настолько, что о «низкой визуальной определенности» телевизионной информации говорить уже не приходится. Во-первых, увеличились размеры современных телезранов, выпуклый экран сменился плоским, а главное – качество «картинки» после внедрения цифрового формата HDTV (телевидение высокой четкости) приблизилось к кинематографическому, что особенно заметно при проекции телепередачи на большой экран. Во-вторых, современная компьютерная анимация приобрела именно те качества, которые М. Маклюэн считал несовместимыми с сущностью мультипликации (линейная и тональная перспектива, передача светотени, пластичность, объемность, фактура), а

сегодня технологии позволяют «оживлять фотографии, задавая им программу действий».



Черно-белое ТВ. Число строк – 625. Размер по диагонали – 65 см. Экран выпуклый. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://vaas.acapela-group.com/VaaS/gallery.php>



Сегодня цветные телевизоры могут достигать почти четырех метров по диагонали. Экран плоский. Разрешение 1080 строк. Способны выполнять и функции компьютера. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/Vppd>

Этот факт лишний раз свидетельствует о том, развитие технологий способно радикально менять как технические характеристики СМИ, так и их семантическое, а также эстетическое наполнение и что специфика тех или иных средств информации заключается отнюдь не только в технологии изготовления информации и доставки ее потребителю, но прежде всего – в их функциональном назначении.

Сегодня значительная часть информации, благодаря цифровым технологиям, переместилась на различные виды экранов: экран в кинозале, экран на мониторе компьютера, в айфоне и т. д., в результате чего былая относительная паритетность текстовой, визуальной и аудиовизуальной информации осталась в прошлом, что, собственно, и заставило исследователей в последние годы заговорить о доминировании «экранной культуры».

Чтобы ощутить стремительность развития экранной культуры, вспомним такой факт: в конце XX века специалисты в области информации после экспериментальной передачи небольшого фильма по Интернету (это была немая короткометражка Чаплина) осторожно прогнозировали, что через некоторое время таким способом, может быть, появится возможность смотреть и звуковые фильмы. Прошло всего лишь 30-40 лет, и сегодня не только на мониторе компьютера, но и на экранах смартфонов, андроидов и других гаджетов можно смотреть в прекрасном техническом качестве фильмы, новости и любые иные аудиовизуальные продукты.

Количество, убившее качество

Итак, заявив, что «the medium is the message», Маклюэн фактически отождествил технологическую форму передачи и приема сообщения с самим сообщением, считая семантическое, эстетическое и этическое наполнение информации чем-то вторичным. Например, он считал Россию отсталым государством, наряду со странами Африки, по той причине, что, по его мнению, печатная письменность поздно пришла в нашу страну, и иронически писал о том, что шпенглеровский «Закат Европы», «базируется на допущении, что человек классической древности – аполлоновский человек – был не продуктом особого технологического уклона греческой культуры (а именно, раннего влияния письменности на племенное общество), а результатом особого трепета в душевном аппарате, взлелеявшего греческий мир» [Маклюэн 2003: 128].

Между тем, одно и то же средство доставки информации может нести самые разные идеи и пропагандировать самые разные ценности. Достаточно сравнить советское телевидение (при всех его перегибах в области идеологии) и телевидение 1990-х, чтобы, как любят говорить в рекламе, «почувствовать разницу». Так что связь между технологией создания и передачи сообщения носит гораздо более сложный и взаимозависимый характер, чем это считал Маклюэн. Конечно, развитие экранной культуры как части информационного пространства определяется прежде всего техническими и технологическими возможностями, но коррелируется этот процесс не столько постоянным развитием

технологий, сколько меняющимися социокультурным контекстом и другими обстоятельствами.

Что касается понятия «экранная культура», то, конечно, не следует сводить его смысл лишь к «системе получения культурных произведений» [Колоскова 2002] и «представлению культурных артефактов в аудиовизуальном и динамичном виде, что делает экранную культуру основным средством распространения духовных культурных ценностей» [Колоскова 2002]. Экранная культура, как и всякая другая культура, представляет собой сложнейшую, разветвленную систему информационных, образовательных и воспитательных процессов, включающую также и формирование шкалы ценностей и мировоззрения в целом и отнюдь не всегда в традиционном понимании этих ценностей.

В самом начале 2000 г. редакция журнала «Искусство кино» провела опрос ведущих деятелей культуры и философов относительно того, как они видят ближайшее будущее кинематографа и других видов творчества. Большинство опрошенных сошлись на том, что в прежнем виде искусство и литература уже не будут существовать. Так, сценарист Юрий Арабов ответил, что «из видов искусств не останется никаких <...>, потому что спрос станет все более регулируемым процессом, жестко организованным. Но товара явится несметное множество. Так называемого аудиовизуального» [Арабов 2000: 26].

Действительно, сегодня работают сотни и тысячи радио- и телевизионных станций, ежегодно выпускаются сотни фильмов, а на Интернет-платформах можно обнаружить практически что угодно. Поскольку этот процесс стал нерегулируемым и неуправляемым, то любимый лозунг борцов за творческую свободу, заимствованный в свое время у «великого кормчего» о том, что путь расцветают сто цветов, на практике свелся к тому, что прежде всего в экранной культуре обильно расцвели в основном чертополохи, борщевики и сныть-трава. Фактически, количество убило качество. Огромное количество телеканалов интернет-платформ и интернет-сайтов рассредоточивают внимание зрителя, заставляют его бесконечно тыкать в кнопки дистанционного управления, воспринимать не подсознательном уровне фразы из назойливой рекламы. Самое печальное, что под воздействие такой экранной «культуры» попадают прежде всего дети, которых сызмальства пичкают бездушной компьютерной анимацией, убивающей всякое представление о прекрасном, и которые подсознательно впитывают «слоганы» телерекламы, типа «спасибо в карман не положишь», формирующие новую шкалу ценностей. Как отмечает О. Савинова, сегодня «сложилась парадоксальная ситуация: в государстве, имеющем богатейшие традиции и культуру, ежедневно предоставляется информация, наносящая вред духовному здоровью россиян, в том числе детей и молодежи» [Савинова 2012: 74].



Образовательная функция ТВ сузилась до предела. На центральных каналах доминируют развлечения, скандалы, сериалы. Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://www.kp.ru/daily/26723.7/3749239/>



Изменилась тематика и эстетика детской анимации, которая стала унифицированной и часто бездушной. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/fk9e>

Глобальная деревня, в которой нет согласия

Тем не менее, в чем М. Маклюэн оказался однозначно прав, так это в трактовке часто используемого им термина «глобальная деревня» (Global village). Причем отнюдь не в бытовой трактовке этого метафорического словосочетания, как нового, особого восприятия пространства и времени, возникшего благодаря возможности быстрого получения информации из любой точки Земли. Согласно М. Маклюэну, «чем более вы создаете условия, подобные жизни в деревне, тем больше вы получаете разрывов последовательности, разногласий и разнообразия. Глобальная деревня абсолютно обеспечивает максимально возможное несогласие по всем вопросам» [Stearn 1967: 272].

Этот прогноз М. Маклюэна был полностью подтвержден дальнейшим развитием информационного общества, которое действительно стало разобщенным, дифференцированным, разделенным на различные социальные группы, субкультуры, страты, сферы, сегменты, а главное – на сообщества людей, получающих разную информацию и по-разному ее трактующих. То есть более явственно обозначились существенные различия между макросообществами и даже индивидами по ряду признаков – гендерных, возрастных, социальных, по уровню образованности, эстетической подготовленности, идеологическим, этическим и культурным пристрастиям и т. д., и на это вынуждена была отреагировать вся экранная культура.

Как известно, кинематограф начался с появления средства индивидуального потребления аудиовизуальной информации –



Вот так выглядел первый проекционный киноаппарат.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/IKhO>



Прообраз будущего «коллективного надомника». В каждом из кинетоскопов Т. Эдисона – одно и то же движущееся изображение, но все смотрят его индивидуально. Коллективный просмотр в кинотеатрах начнется в 1895 году, после изобретения бр. Люмьер.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/xzs5>

первые опыты создания «ожившей фотографии» были проведены за три года до изобретения братьев Люмьер – в 1891 г. Томас Эдисон создал кинетоскоп, в котором каждый желающий мог разглядеть через окуляр подвижный объект, сопровождаемый звуком, записанным на эдисоновском фонографе. Кинематограф же братьев Люмьер уже был предназначен для просмотра фильмов большой аудиторией, а возможность изготовления копий с оригинала в любом количестве сделала в XX веке кино самым массовым из искусств.

Одним из первых наглядных свидетельств разрушения былого относительно гомогенного восприятия в большом кинозале экранного продукта, стало распространение в конце XX века многозальных кинотеатров (мультиплексов). Как отмечает российский историк и философ А. И. Фурсов [Фурсов 2022], именно в 1980-е гг. в эпоху, когда кино привлекало широкие массы населения, то есть имело массовое социальное и культурно-психологическое значение, практически завершилась – с конца XX века начинает усиливаться дифференциация зрительской аудитории, чему способствует появление разнообразных форм досуга и возможность свободно получать через Интернет любую информацию, в том числе и эстетического характера.

Сегодня мы фактически возвращаемся к индивидуальному получению экранного продукта, но на ином технологическом уровне. И если нынешнего телезрителя еще можно в какой-то мере определить как «коллективного надомника», потому что любую передачу смотрят одновременно, каждый в своем доме, как

минимум несколько сотен человек, то логическим продолжением процесса зрительской стратификации может стать создание индивидуального телевидения, то есть сформированного искусственным интеллектом информационного контента, основанного на потребностях и вкусах отдельного конкретного пользователя. Идея эта была высказана в конце XX века, но до сих пор не нашла своего воплощения. Возможно, она когда-нибудь и будет реализована, но пока что такие попытки не предпринимаются, поскольку любой желающий в Интернете и так может найти то, что его больше всего интересует. Более актуальной пока что остается проблема создания четкой и удобной навигационной системы для получения искомого материала.

Более реальной оказалась диверсификация зрительских интересов в виде специализированных, имеющих четкий тематический вектор каналов. Наибольшей популярностью в настоящее время пользуются программы познавательно-развлекательного характера – о путешествиях, животных, а также об истории. Это происходит в том числе и потому, что эти программы сделаны на высоком профессиональном уровне. Успехом у определенной части зрителей пользуются также программы прагматического, прикладного характера, рассказывающие о благоустройстве садового участка, формировании пространства дома, о секретах рыбалки, качестве продаваемых товаров и т. п. То есть, зрительские предпочтения в

каждом из тематических сегментов мотивированы желанием получить либо полезную, либо интересную информацию.

От массового надомника – к группе единомышленников

Поскольку проблема экранной культуры и ее восприятия обширна и многогранна, остановимся лишь на аудитории современного телевидения.

Если в начале развития телевизионного вещания люди готовы были смотреть на телеэкране все подряд – в силу новизны этого средства массовой информации, то уже через несколько лет начинается расслоение зрительских интересов. С появлением же в последние десятилетия огромного количества каналов и программ дифференциация телеаудитории еще более усилилась. Доступность Интернета и возможность получать в нем информацию согласно своим вкусам интересам радикально изменила роль и значение телевидения – многие люди стали намного реже включать телевизор (или же предпочитают использовать его как информационный фон) и начали пользоваться альтернативными источниками аудиовизуальной информации, получаемой через Интернет.

Для того чтобы быть востребованными, многие телевизионные компании принялись создавать программы в расчете на определенную категорию зрителей, с учетом их интересов и запросов, что повлекло за собой дальнейшую сегментацию телеаудитории по разным признакам. Базовыми параметрами здесь являются гендерный, возрастной и социальный. Так

проводимый исследователями анализ гендерных предпочтений показал (впрочем, это можно было предположить и без опроса), что для женщин наиболее привлекательными являются передачи о психологии семейных взаимоотношений, воспитании детей, отношениях между мужчиной и женщиной, кулинарии, здоровье, красоте, моде и т. п., а также истории из чьей-то жизни. Мужчины же предпочитают получать конкретную информацию и любят смотреть передачи о спорте, рыбалке и охоте, о технике и т. п. Но результаты подобного рода опросов дают весьма обобщенную картину, поскольку в рамках возрастных категорий существуют подгруппы, имеющие иные интересы и потребности. Например, если взрослые мужчины часто смотрят новости, аналитические и публицистические программы, а также выбирают программы по интересам, то молодые обычно делают выбор в пользу развлекательного контента.

Наиболее важным при учете интересов телезрителей сегодня стал возрастной фактор. Как показывают исследования, основными телезрителями в наши дни являются представители старшего поколения. Аудитория же в возрасте от 18 до 34 лет предпочитает проводить свободное время в мировой сети и в будущем вряд ли изменит свои привычки и предпочтения. Отдельно можно еще выделить дошкольную детскую аудиторию, для которой у нас в последние годы создано несколько целевых телеканалов.

Таким образом основная масса современных телезрителей – это представители старшего или среднего поколения, то есть люди пенсионного или предпенсионного возраста, которые в будние дни

в среднем проводят у телевизора около 4 часов в день. Представители активных и работающих людей смотрят телевизор в среднем 3,2 часа в день. Дети, подростки и молодые люди смотрят телевизор еще меньше – 2,7 часов в сутки [Копалкина & Старостина 2018].

Что касается тенденции к расширению сети каналов, специализирующихся на определенной тематике, то это носит сегодня общемировой характер – «в некоторых развитых странах очень ограниченное количество эфирных каналов, все остальные – нишевые» [Нелюбин 2008: 70] Можно предположить, что в недалеком будущем аудитория нишевых телеканалов и в России будет составлять большинство.

Отдельного исследования заслуживает тема социального одиночества, обострившаяся в условиях внедрения свободного рынка, утраты былых личностных отношений, заката эпохи доминирования колlettivизма. Как считает Ж. В. Пузанова, одиночество – это серьезная социальная проблема, обусловленная усилением индивидуализма, ослаблением связи внутри первичной социальной группы, интенсификацией социальной мобильности, увеличением раздробленности в обществе. Нестабильность, вызванная этими факторами, приводит к росту социального одиночества в обществе [Пузанова 2009: 3]. Указанная проблема имеет прямое отношение к экранной культуре, которая в наши дни становится заменой реального общения между людьми, потребления произведений искусства и

т. п.

Кто громче крикнет?

Итак, если применить к необычайному расширению информационного поля гегелевский тезис о переходе количества в качество, то можно сделать вывод, что в данном случае значительный качественный рост привел к общему снижению качества. Но самое печальное – в этом океане разнородной информации нередко то, что интересно, важно или самобытно нередко оказывается на периферии, а то, что представляет собой проходное явление, благодаря рекламе и пиару, выходит на первый план и становится популярным, а то и «культовым».

Неудивительно, что еще одним способом привлечения публики к тому или иному произведению в последние годы стал скандал, нередко специально организуемый автором или менеджером вокруг новой книги, театральной постановки, фильма или выставки для того, чтобы именно на это явление обратила внимание пресса и социальные сети Интернета.

Что касается телевидения, то пока что основная часть зрительской аудитории все еще смотрит общедоступные каналы. Сожалением приходится констатировать, что значительная масса программ этих каналов направлена на удовлетворение далеко не самых высоких запросов и вкусов. В сетке каналов преобладают сериалы на криминальную тему и ток-шоу, напоминающие советские товарищеские суды. На некоторых программах уже который год доминируют темы, связанные с жестокостью, потерями, изменениями. Например, 21 декабря 2023 года, начиная с 16.30, на трех



Поколение Y. Основная их жизнь протекает в виртуальном пространстве интернета.
Снимок автора.

центральных каналах нашей страны обсуждались следующие темы: на 1-м канале Александр Гордон преподнес зрителям историю про беспутную мамашу, из-за которой ее достаточно взрослый сынишка вынужден ночевать на лестнице; на канале «Россия 1» Андрей Малахов азартно распутывал сюжет «Трагедия в семье Белан: куда пропала Алена?»; на канале НТВ в передаче «На грани», разворачивалась очередная обычная для этой программы кошмарная история. На этот раз про женщину, страдающую в обостренной форме синдромом Плюшкина, которая по бедности начала осваивать мусорные точки и так увлеклась, что превратила квартиру, в которой с ней проживают муж и сын в настоящую мусорную свалку. Порой создается такое впечатление, что авторы подобных программ, максимально показывая негатив и уродство, во что бы то ни стало заставляют рядового зрителя вздохнуть с облегчением после очередной такой передачи и подумать: «Да, у других людей в жизни бывает гораздо хуже, чем у меня...».

Наблюдается также существенное смещение телевизионного контента в сторону развлечения. Даже создавая научно-популярные программы, их авторы специально стараются выбирать наиболее занятные истории и привлекательные темы и подавать их в виде докудрам, то есть часто включать в ткань повествования игровые, поставленные эпизоды. Либо искусственно создавать сенсации, используя псевдонаучные методы исследования явлений и способы форсирования зрительского восприятия (программы «Необъяснимо, но факт» (ТНТ),

«Таинственная Россия» (НТВ), а также показанные по Первому каналу научно-популярные фильмы «Вода», «Плесень» и т. п.).

Это при том, что «согласно результатам анкетирования, зрителей <...> интересует позитивный и продуктивный контент вне зависимости от жанра: сериалы, публицистика, ток-шоу, реалити-шоу или новости. Основными критериями качества контента выступают следующие социально значимые ценности: ценность человеческой жизни; ценность труда и уважение к человеку труда; ориентация не на деньги, а на созидание; борьба с коррупцией; нравственные ценности, жизненная мудрость» [Соколова 2018: 38]. Но руководители телевизионных каналов предпочитают представлять себе иную аудиторию – примитивную, жаждущую скандалов, развлечений, экзотических историй. Большинство адекватных телезрителей «на телевидение по-прежнему с надеждой смотрят как на важнейший инструмент для трансляции культуры и даже как на главный институт для интерпретации, истолкования жизни» [Мясникова 2012: 108], но нерегулируемый государством рынок также диктует свои законы.

Постоянный показ на экране скандальных историй, криминала, ложных сенсаций и сомнительного юмора продюсеры и руководители редакций телевизионных каналов нередко оправдывают тем, что они выдают в эфир то, что хочет видеть зритель, иначе им никак не поднять рейтинг программы. В связи с этим уместно привести высказывание известного французского режиссера Рене Клера по аналогичному поводу: «Публика – это ребёнок, всегда готовый смотреть всё, что его развлекает, будь то

прекрасное произведение или нелепая глупость. Как может эта податливая масса, в которой никто не пытался пробудить и развить чувство критики, защититься против тлетворного влияния «развлечений», фабрикуемых для неё по самым низкопробным рецептам? Когда мы слышим, как говорят: «Ну чего вы ещё хотите? Мы даём публике то, что ей нравится...», то мы думаем, что это оправдание уже само по себе является осуждением для тех, кто его приводит... Разве стимулировать умственное развитие народа менее важно, чем оберегать его телесное здоровье?» [Клер 1958: 148].

Кстати, в ряде стран, где телевещание признано национальным достоянием, используемым «на благо всего населения, а не отдельных его групп, оно должно находиться под контролем, обеспечивающим охрану общественных интересов» [Борецкий и др. 1994: 137]. Государственные структуры там, выдавая каналу лицензию, ставят перед вещателями задачу не только информировать и развлекать, но и духовно обогащать аудиторию. Поэтому на центральных каналах этих стран можно видеть передачи о событиях в сфере культуры, трансляцию концертов классической музыки, фестивалей народной культуры, рассказ о выставках. На отечественном же телевидении создание канала «Культура» стало как бы знаком того, что другие каналы могут вывести за скобки культурную тематику, что те с удовольствием и сделали, прекрасно понимая, что образовательные и культурно-просветительские программы совершенно не будут способствовать привлечению рекламодателей. В результате, как

констатировал более десяти лет назад, С. Муратов, «обескультуренное за последние 15–20 лет телевидение формирует обескультуренную аудиторию» [Муратов 2012: 180].

Что же касается дифференциации аудитории, потребляющей аудиовизуальную информацию из различных экранных источников, то нельзя не отметить, что телевизионная аудитория с каждым годом сокращается по мере увеличения количества молодых пользователей Интернета, привлекающего их быстротой поиска информации, возможностью коммуникации с референтной группой, формирующей мнение по тем или иным вопросам. «Причиной объединения людей в виртуальные сообщества становится поиск так называемых «своих», имеющих созвучные взгляды и интересы. Для повышения самооценки и собственного рейтинга в глазах других людей, человек ищет единомышленников» [Лисенкова 2021: 126].

Проблема же стратификации аудитории пользователей социальными платформами Интернета, носит еще более сложный и неоднозначный характер, чем выявление предпочтений возрастных, гендерных и социальных групп телевизионных зрителей. Если количественные измерения дают представление о том, какие социальные платформы пользуются наибольшей популярностью (это «ВКонтакте», «Facebook»¹, «Instagram»², «YouTube», «Одноклассники», «TikTok» и некоторые др.), то для проведения качественного анализа, дающего понятие об

¹ Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ.

² Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ.

интересах той или иной аудитории пользователей социальных сетей требуется основательный социологический опрос, который пока что не проводился. Между тем, выборочный опрос группы будущих журналистов, обучающихся в СПбГУ, проведенный в 2021 году, показал, что кроме различного рода познавательных программ значительная часть молодых людей предпочитала находить информацию общественного и политического характера исключительно на сервисах «Дудь»³, «Парфенов», «Пивоваров»⁴, «Собчак» и т. п.), и если мы хотим знать реальные настроения в обществе, необходим системный социологический и культурологический анализ интересов и запросов различных возрастных и социальных групп, потребляющих продукт экранной культуры.

Выводы

Существование экранной культуры в рамках информационного общества представляет собой сложное и неоднозначное явление, соединяющее в себе, с одной стороны, массификацию, стремление к охвату большой аудитории телезрителей или пользователей интернета, а с другой – тенденцию к сегментации зрительских интересов, созданию аудиовизуальных программ для целевой аудитории. С одной стороны, экранная культура предоставляет широкий выбор познавательной, ценностной и эстетической информации и

³ Создатель сервиса Юрий Дудь признан Минюстом РФ иностранным агентом.

⁴ Создатель сервиса Алексей Пивоваров внесен в реестр СМИ-иноагентов.

доступность для пользователя большого массива сведений. С другой, развитие новых информационных технологий породило такие негативные явления как уход от действительности в виртуальный мир, культурную глобализацию, размывающую основы национальной культуры, а также привело к минимизации живого человеческого общения. Телевещание в условиях информационной избыточности вынуждено заполнять эфир поверхностными, малоубедительными мелодраматическими сериалами с ходульными персонажами, криминальными сюжетами, скандальными ток-шоу и псевдонаучными познавательными программами.

Одной из существенных проблем современного телевидения стало старение зрительской аудитории, поскольку молодежь предпочитает сегодня получать аудиовизуальную информацию в основном из Интернета. Выход из создавшегося положения телевизионные менеджеры видят в формировании нишевых каналов для целевой аудитории и создании медиа-холдингов,ключающих трансляцию и хранение в записи программ общедоступных эфирных каналов.

Литература

- Арабов, Ю. (2000). Параллельная акция – 2. *Искусство кино*, 1, 6–26.
- Борецкий, Р. А., Бровченко, Г. Н., Голдовская, М. Е. и др. (1994). *Телевизионная журналистика: учебник*. Москва: Издательство Московского университета.
- Клер, Р. (1958). *Размышления о киноискусстве*. Москва: Искусство.
- Колоскова, Н. И. (2002). *Экранная культура в контексте информатизации общества* [Кандидатская диссертация]. Ростов-на-Дону: Ростовский гос. ун-т.



- Копалкина, Е., & Старостина, Ю. (2023). От 60 до 120. Сколько зарабатывает средний класс в России. *Rbc.ru*. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/18/06/2018/5b27bf829a794710796bbfe5> (дата обращения: 08.06.2024).
- Лисенкова, А. А. (2001). *Трансформация социокультурной идентичности в цифровом пространстве*. Пермь: Пермский государственный институт культуры.
- Маклюэн, М. (2003). *Понимание медиа: внешние расширения человека*. Москва: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле.
- Муратов, С. А. (2012). Телевидение как средство массовой дезинформации. *Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции* (стр. 179–180). Москва: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова.
- Мясникова, М. А. (2012). Экранная документалистика как ценность. *Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции* (стр. 108–109). Москва: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.
- Нелюбин, М. (2008). Перспективы нишевого телевидения. *Broadcasting. Телевидение и радиовещание*, 6, 70–71.
- Пузанова, Ж. В. (2009). *Социологическое измерение одиночества* [Автореферат докторской диссертации]. Москва: РУДН.
- Савинова, О. Н. (2012). Традиционные семейные ценности в зеркале СМИ. *Журналистика в 2011 году: ценности современного общества и средства массовой информации. Сборник материалов Международной научно-практической конференции* (стр. 73–74). Москва: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова.
- Соколова, И. Г. (2018). Развитие нишевых телеканалов в России в контексте проблемы социального одиночества. *Вестник МГПУ. Серия «Философские науки»*, 1(25), 36–43.
- Фурсов, А. И. (2022). Конец века мечтателей – с чем связан упадок спорта и кино. *Dzen.ru*. Режим доступа: <https://dzen.ru/a/YpkGmEDPqieGJmgI> (дата обращения: 08.06.2024).
- Stearn, G. E. (1967). *McLuhan: Hot & Cool*. New York: New American Library.

Информация об авторах

Познин Виталий Федорович – доктор искусствоведения, профессор, ведущий научный сотрудник, заведующий сектором кино и телевидения Российского института истории искусств (Россия, 190000, Санкт-Петербург, Исаакиевская площадь, 5), член Союза кинематографистов России, член Союза журналистов, ORCID: 0000-0002-6936-6241, poznin@mail.ru

ON THE PROBLEM OF SEGMENTATION OF MODERN TELEVISION AUDIENCES

Vitaly Poznin

Abstract. Modern screen culture, which emerged due to the rapid development of electronics and digital technologies, has transferred a significant amount of information of the most diverse nature to screens – from movie theater screens to screens of various modern gadgets. Audiovisual creativity, which began in the late XIX century with T. Edison's tiny screen kinetoscope, in which the moving image was accompanied by the sound of phonograph, in the XX century, after the demonstration of films on large screens in huge halls, has returned in its bulk to the individual way of receiving information – through television broadcasting and the Internet. This article examines the problem of differentiation of audiences receiving audiovisual information and the problem of segmentation of modern screen culture on the example of publicly available terrestrial channels and stratification of niche channels oriented to the target audience, as well as the functioning of social networks on the Internet, which have shifted the attention of a significant part of screen information users. The study also deals with semantic and aesthetic aspects of information supplied to the viewer by terrestrial TV channels.

Keywords: screen culture, audiovisual information, television broadcasting, audience differentiation, niche TV channels, Internet social network, evolution of mass media, television, cinema, multimedia, "global village".

References

- Arabov, Iu. (2000). Parallel'naia aktsiia – 2 [Parallel Action – 2]. *Iskusstvo kino* [The art of cinema], 1, 6–26. (In Russ).
- Boretskii, R. A., Brovchenko, G. N., Goldovskaia, M. E. i dr. (1994). *Televizionnaia zhurnalistika: uchebnik* [Television journalism: a textbook]. Moscow: Publishing house of the Moscow University. (In Russ).
- Fursov, A. I. (2022). Konets veka mechtatelei – s chem sviazan upadok sporta i kino [The end of the century of dreamers – what is the reason for the decline of sports and cinema]. *Dzen.ru*. Available at: <https://dzen.ru/a/YpkGmEDPqieGJmgl> (acessed: 08.06.2024). (In Russ).
- Kler, R. (1958). *Razmyshleniia o kinoiskusstve* [Reflexion fait]. Moscow: Art Publ. (In Russ).
- Koloskova, N. I. (2002). *Ekrannaia kul'tura v kontekste informatizatsii obshch estva* [Kandidatskaia dissertatsiia] [Screen culture in the context of informatization of society [PhD thesis]]. Rostov-on-Don: Rostov State University Publ. (In Russ).
- Kopalkina, E., & Starostina, Iu. (2023). Ot 60 do 120. Skol'ko zarabatyvaet srednii klass v Rossii [From 60 to 120. The middle class in Russia earns a little]. *Rbc.ru*. Available at: <https://clck.ru/3Bx4nd> (acessed: 1208.06.2024). (In Russ).

- Lisenkova, A. A. (2001). *Transformatsiia sotsiokul'turnoi identichnosti v tsifrovom prostranstve* [Transformation of socio-cultural identity in the digital space]. Perm: Perm State Institute of Culture Publ. (In Russ).
- Makliuen, M. (2003). *Ponimanie media: vneshnie rasshireniia cheloveka* [Understanding the media: external influences on a person]. Moscow: Canon-Press-Ts, Kuchkovo field Publ. (In Russ).
- Miasnikova, M. A. (2012). Ekrannaia dokumentalistika kak tsennost' [On-screen documentaries as a value]. *Zhurnalistika v 2011 godu: tsennosti sovremennoego obshchestva i sredstva massovoi informatsii. Sbornik materialov Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Journalism in 2011: the values of modern society and the mass media. Collection of materials of the International scientific and practical Conference] (pp. 108-109). Moscow: Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University Publ. (In Russ).
- Muratov, S. A. (2012). Televidenie kak sredstvo massovoi dezinformatsii [Television as a means of mass disinformation]. *Zhurnalistika v 2011 godu: tsennosti sovremennoego obshchestva i sredstva massovoi informatsii. Sbornik materialov Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Journalism in 2011: the values of modern society and the mass media. Collection of materials of the International scientific and practical Conference] (pp. 179-180). Moscow: Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University Publ. (In Russ).
- Neliubin, M. (2008). Perspektivy nishevogo televideniia [The prospects of niche television]. *Broadcasting. Televidenie i radioveshchanie* [Broadcast. Television and radio broadcasting], 6, 70-71. (In Russ).
- Puzanova, Zh. V. (2009). *Sotsiologicheskoe izmerenie odinochestva* [Avtoreferat doktorskoi dissertatsii] [The sociological dimension of loneliness [Abstract of the doctoral dissertation]]. Moscow: Peoples' Friendship University of Russia Publ. (In Russ).
- Savinova, O. N. (2012). Traditsionnye semeinye tsennosti v zerkale SMI [Traditional family values in the media mirror]. *Zhurnalistika v 2011 godu: tsennosti sovremennoego obshchestva i sredstva massovoi informatsii. Sbornik materialov Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Journalism in 2011: the values of modern society and the mass media. Collection of materials of the International scientific and practical Conference] (pp. 73-74). Moscow: Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University Publ. (In Russ).
- Sokolova, I. G. (2018). Razvitie nishevykh telekanalov v Rossii v kontekste problemy sotsial'nogo odinochestva [The development of niche TV channels in Russia in the context of the problem of social loneliness]. *Vestnik MGPU. Seriya «Filosofskie nauki»* [Bulletin of the Moscow State Pedagogical University. The series "Philosophical Sciences"], 1(25), 36-43. (In Russ).

Stern, G. E. (1967). *McLuhan: Hot & Cool*. New York: New American Library.

Author's information

Poznin Vitaly Fedorovich – Doctor of Art History, Professor, Leading Researcher, Head of the Film and Television Sector, Russian Institute of Art History (5, Isaakievskaya Square, St. Petersburg, 190000, Russia), member of the Union of Cinematographers of Russia, member of the Union of Journalists, ORCID: 0000-0002-6936-6241, poznin@mail.ru

For citation:

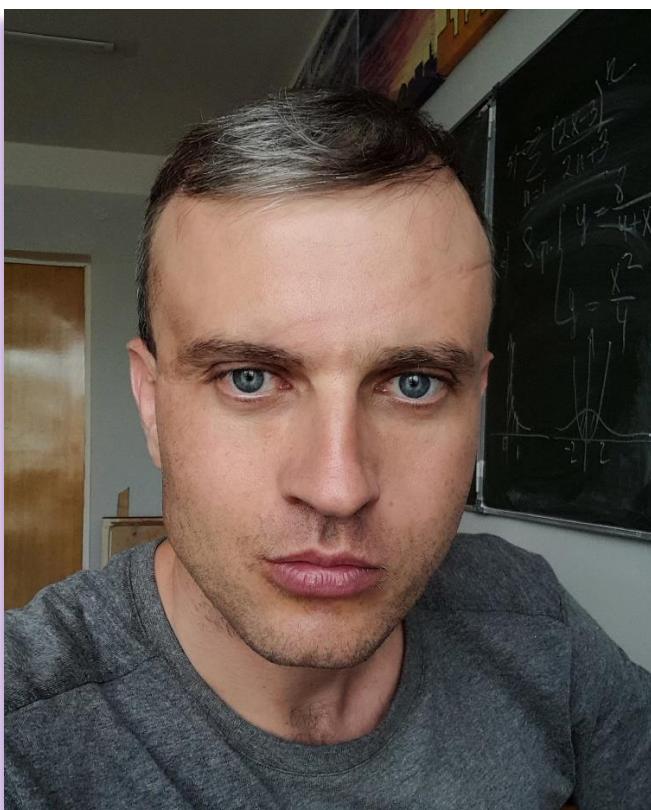
Poznin, V. F. (2024). The Problem of Segmentation of Modern television audiences. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 54-81. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-54-81](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-54-81)

УДК: 130.2

5.7.7. Социальная и политическая философия

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-82-116](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-82-116)

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА: ПОГОНЯ ЗА ПОТРЕБИТЕЛЕМ ИЛИ ЕГО ПРОИЗВОДСТВО



Василий Смирнов,

Новгородский
государственный
университет
им. Ярослава Мудрого
(Великий Новгород,
Россия).

Vasiliy Smirnov,

Yaroslav-the-Wise
Novgorod State University
(Veliky Novgorod, Russia).

ORCID: 0000-0002-5338-412X
e-mail: novtransa2010@yandex.ru

Для цитирования статьи:

Смирнов, В. А. (2024). Массовая культура: погоня за потребителем или его производство. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 82-116. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-82-116](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-82-116)

Аннотация. В настоящей статье рассмотрен механизм становления массовой культуры как необходимого компонента общества потребления. Отмечено, что такое общество генерировано потребностями капитала, который для расширенного воспроизводства вынужден использовать в качестве своего ресурса все остальные институты общества, в том числе и культуру. Массовая культура, задействованная для стимулирования

непрерывного и неуклонно возрастающего спроса на товары и услуги, стремится к тому, чтобы активировать в потребностном состоянии человека только те мотивы, которые должны привести его на рынок. Для этой цели используется весь спектр культурных продуктов, начиная от кино (одного из самых мощных средств воздействия на массовое сознание) и заканчивая детскими игрушками, которые, несмотря на свою «невинность», тем не менее, тоже непосредственно участвуют в поощрении потребительских привычек, формируя у детей определенный стиль жизни, который они вынуждены будут воспроизводить, став взрослыми и выйдя на рынок. Таким образом, массовая культура становится ревностной «слугой» бизнес-блока общества, выполняя не столько интегративную функцию, сколько выступая чисто маркетинговым инструментом, призванным сформировать у населения устойчивые потребительские паттерны, что позволит капиталистическому циклу воспроизводиться сколь угодно долго.

Ключевые слова: общество потребления, массовая культура, «мягкая сила», культурная гегемония, технологии управления, постмодерн, «общество спектакля», «торговая революция», посткапитализм, культурные индустрии, индустрии впечатлений.

Введение

Одним из первых европейских исследователей, обративших свое внимание на специфику массовой культуры, был испанский философ Хосе Ортега-и-Гассет. С его точки зрения, основным заказчиком культурного производства в современном обществе является «человек массы», который характеризуется примитивными запросами, низким уровнем интеллектуального развития и, самое главное, поразительной однотипностью своих потребностей. Культура, которая вынуждена обслуживать интересы подобного индивида, и сама примитивизируется и упрощается, превращаясь в массовую [Ортега-и-Гассет 1991: 309–311].

Традиция негативного отношения к указанному феномену, заложенная Ортегой-и-Гассетом, в дальнейшем была продуктивно

продолжена и в работах представителей Франкфуртской школы, которые так же делали главный акцент на том, что массовая культура не несет особой смысловой нагрузки и призвана лишь обслуживать интересы капиталистического общества, во-первых, позволяя людям наемного труда получить необходимую им релаксацию и рекреацию после тяжелого трудового дня за счет развлекательного контента, а, во-вторых, помогая капиталистическому производителю в продвижении товаров на рынке [Хоркхаймер 1997: 215]. Многие исследователи отмечают, что массовая культура является обязательным атрибутом так называемого общества потребления, которое «характеризуется массовым потреблением материальных благ и формированием соответствующей системы ценностей и установок» [Кобзаренко 2023: 59].

Трансформация капитализма: конвейер потребностей вместо фабрики товаров

Как известно, для капитализма характерно стремление капитала к постоянному расширению. С точки зрения немецкого философа и экономиста XIX века Карла Маркса, это оказывается возможным за счет эксплуатации классом собственников зависимого от него пролетариата и извлечение посредством этого так называемой добавочной стоимости. Добавочная стоимость появляется тогда, когда угнетенные классы своими трудовыми усилиями создают некий общественный продукт, но основная прибыль от реализации этого продукта достается собственникам средств производства, сами же пролетарии получают лишь то, что

более или менее позволяет им воспроизвести себя как рабочую силу. В такого рода отношениях и предприниматели, и сами наемные работники становятся сервисом (обеспечивающим ресурсом) для капитала, который через них непрерывно наращивает сам себя.



Прямо в пасть Доллару! И не страшно?..

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CUTU>

Однако нам бы хотелось сделать небольшое уточнение. Очевидно, что непрерывное увеличение капитала обеспечивается не только механизмом эксплуатации труда. Такого рода извлечение прибыли из трудовой деятельности зависимых от буржуазии слоев имеет свои определенные пределы. Интенсификация труда не может разворачиваться до бесконечности, поскольку рано или поздно упирается в границы, за которыми дальнейшее увеличение прибыли становится невозможным. Эти границы задаются как физиологическими (а также психологическими) возможностями человека, так и достигнутым уровнем научно-технического развития всего общества. Но, как мы сказали ранее, капитал в логике постоянного наращивания должен увеличиваться с каждым новым бизнес-циклом, несмотря ни на какие препятствия, что соответствует закономерностям бытия капитализма «для-себя». Именно это и порождает запрос на такой тип общественных отношений, когда сами растущие потребности людей и становились бы той базой, на основе которой капиталистическая система может бесконечно функционировать в режиме производства экономических благ в непрерывно увеличивающихся размерах.

Для этого капитал должен уйти от исключительно экономических инструментов стимулирования активности людей. Это, как нам кажется, и упускал из виду Карл Маркс. С его точки зрения, политика, идеология, право и, самое главное, культура являются так называемой «надстройкой», фундируемой характером производственных отношений в обществе. Мы

согласны с Марксом в том, что экономика – это базис общества, но хотели бы внести одно важное уточнение: подобное положение вещей характерно исключительно для общества капиталистического типа. Изначально функцией экономики было так называемое «бытие-для-иного», обеспечивающее удовлетворение материальных нужд населения. Именно на этих принципах базировалась традиционная экономика, производившая ровно столько товаров и услуг, сколько нужно было для удовлетворения текущих потребностей людей. Однако по мере трансформации экономической сферы общества, стала меняться и сама сущность производства. Оно стало капиталистическим, то есть, связанным с генерированием постоянно возрастающей стоимости. Капиталистическая экономика начала жить в функции «бытия-для-себя».



...И пролился дождь изобилия! И все (кто его спонсировал!) стали богаты и счастливы...
Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CkQyQ>

Для экспликации этого тезиса нам представляется необходимым ввести понятие «бизнес-цикла», которое является базовым для понимания сути того, как живет капитал. Бизнес-цикл берет в качестве исходного материала определенную стоимость и «прокручивая» ее через последовательные фазы преобразования (изучение спроса, планирование создания товаров и услуг, поиск ресурсов, запуск производства, сбыт) генерирует новую добавленную стоимость. Иными словами, предприниматель («капиталист») вкладывает в бизнес условные сто долларов, а на «выходе» из бизнес-цикла получает уже сто пятьдесят долларов. Маркс видел причину этого «приращения» капитала в эксплуатации собственниками средств производства труда наемных работников, которые получают лишь незначительную часть из созданной их усилиями добавленной стоимости – часть, необходимую им для простого воспроизводства самих себя как рабочей силы, тогда как основной массив прибыли идет в руки «капиталиста», который затем реинвестирует эти средства в новый бизнес-цикл, тем самым, порождая его бесконечное эксплуататорское «вращение».

Однако, с нашей точки зрения, Маркс чрезмерно акцентировал внимание на производственном аспекте капиталистических отношений, упуская иные его атрибуции. Если обратиться к бизнес-циклу, то мы увидим, что первый шаг в любом предпринимательстве – это изучение спроса, на основе которого и разворачиваются другие шаги. Именно быстро меняющийся спрос (неудовлетворенная потребность) и порождает становление



и функционирование бизнеса как такового. Игнорирование изучения спроса может привести к тому, что будут произведены товары, которые потом никто не купит, что не позволит капиталу себя нарастить, а фирма непременно получит убыток. К примеру, один новгородский предприниматель в середине «нулевых» решил, что в России традиционно «много пьют». На основании этого он все свои личные накопления (плюс занятые у бандитов «средства») вложил в развитие сети магазинов по продаже алкогольной продукции. И прогорел: так как в условиях кризиса середине 2000-х люди стали тратить меньше денег, в том числе, на алкоголь. Не изученный спрос обернулся громадными финансовыми потерями и чуть не стоил этому предпринимателю жизни.

«Общество потребления» – «служанка» капитализма: как все начиналось...

У нас есть основания полагать, что в девятнадцатом веке, когда Маркс создавал свою теорию, проблематике изучения и формирования спроса (как раз тому, что в современном западном менеджменте принято называть маркетингом) не уделялось должного внимания, так как тогда реализовывались практически все произведенные промышленные товары, что было связано с эффектом низкой базы и кратным преобладанием спроса над предложением. В современном же обществе рынок перенасыщен разнообразными товарами, и единственным вариантом функционирования предпринимательства является управление спросом, то есть, формирование у населения все новых и новых

потребностей. Это и привело к тому, что может быть названо как смена сервисного процесса на базовый.

Внесем некоторую ясность в это утверждение. Базовым процессом мы можем назвать такую деятельность, которая является основополагающей для конкретного социального агрегата. При этом под сервисным процессом понимается все то, что обслуживает реализацию базового процесса, снимая возникающие в нем затруднения. И если раньше экономика была всего лишь обслуживающим блоком по отношению к жизнедеятельности человека, то в настоящее время она стала основным механизмом формирования его потребностей, превратившись в базовый процесс социальной активности. Таким



Жизнь потребителя всегда протекает на «авось»: авось купишь, авось нет... Авось выживешь, авось нет... Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CkMRs>

образом, мы являемся свидетелями появления нового типа социальной организации, так называемого «общества потребления», в рамках которого люди, государство, культура и прочие области социальных отношений становятся лишь ресурсом для расширенного воспроизведения капитала.

Само собой, подобная трансформация была бы невозможна без управления потребностями людей, так как именно мотивация является началом любого действия. Люди, как отмечал П. Бергер, живут в «символической вселенной» [Бергер 1997: 69], которая пронизывает их социальную активность. Как известно, потребности делятся на истинные и ложные. Под ложными потребностями мы склонны понимать те, которые навязаны человеку извне за счет определенного манипулятивного воздействия на его сознание. Например, почти маниакальное стремление потребителей чуть ли не каждый год обновлять свои «Айфоны», которые уже на «старте» продаж реализуются по цене, равной примерно четырем зарплатам среднестатистического новгородского наемного работника – это и есть ложная потребность в чистом виде.

При этом совершенно очевидно, что общество потребления для раскручивания моховика непрерывного присутствия человека на различных рыночных площадках, по большей части и генерирует такого рода потребности [Бунеева 2011: 53]. А. В. Овруцкий выделяет несколько существенных признаков такого общества. Во-первых, это наличие избыточного количества предметов потребления по относительно низким ценам, доступных для массового спроса. Во-вторых, данный тип общества был бы



невозможен без так называемой «торговой революции», которая многократно облегчила процесс «сведения» спроса с массовым производством. Крупные торговые центры (моллы) начали активно появляться в США и Европе уже в середине прошлого века. [Овруцкий 2010: 128].

Причем, в этих торговых центрах все устроено и продумано именно так, чтобы по максимуму опустошить кошельки покупателей. Хлеб и прочие продукты первой необходимости специально располагаются в самом дальнем углу торгового зала, чтобы, когда покупатель окажется в этом месте, он уже успел наполнить свою тележку товарами, которые изначально были ему не нужны, но, тем не менее, «совершенно случайно» встретились на его пути. В-третьих, такой тип общества принципиально невозможен вне жизни в городах, где население концентрируется на узком пространстве и где стремление выделиться за счет «модных» вещей становится ведущим. Таким образом, общество потребления базируется на следующих столпах: *экономическом* (массовое производство, раздутый за счет кредитов платежеспособный спрос населения и усовершенствованная торговля) *социальном* (урбанизация) и *идеологическом* (внедрение установки «казаться, а не быть» в массовое сознание).

Таким образом, под «обществом потребления» мы понимаем такой тип социальной структуры, при котором капитал использует в качестве ресурса остальные блоки социума, через них воздействуя на индивида с целью сделать потребление ведущим мотивом [Валевич & Ильина 2015: 103] в его потребностной

иерархии. Чтобы понять, насколько потребление важно для среднестатистического обывателя, достаточно провести несложный эксперимент: если прислушаться к темам разговоров, которые ведут простые обыватели в автобусах, метро, общественных местах, очередях в магазине и т. д., то большая часть этих разговоров так или иначе будет «вращаться» вокруг денег и того, что на них можно купить.



Надеюсь, теперь-то все поняли, кто является главным «товаром» в «обществе потребления»...
Конечно же сам Потребитель!

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CkN5h>

В этом аспекте культура выступает обслуживающим сервисом по отношению к экономическому базису общества. Мы согласны с авторами, которые справедливо отмечают, что культура, которая раньше воспринималась исключительно как творческая деятельность, то есть, генерирующая определенно новое содержание целенаправленная активность, и производство, интерпретировавшееся как конвейерное «штампованием» однотипных продуктов без придания им какой бы то ни было оригинальности, в современном обществе перестали быть дуальной оппозицией [Вейнмайстер & Иванова 2017: 2-11]: культурная деятельность теперь, во-многом, копирует механизмы производственного процесса, превращаясь в «индустрию», тогда как производство товаров и услуг, в свою очередь, наращивается за счет эксплуатации культуры в своих интересах.

«Нормальная» культура как гармонизатор социальных отношений, и антипод массовой культуры

Для дальнейшего развития темы нам представляется необходимой расстановка некоторых акцентов относительно социальной функции культуры, которая изначально возникает как механизм интеграции людей и позволяет обществу воспроизводиться в его основных характеристиках. Как известно, прогресс общества, его эволюция от архаичных форм к более сложным тесно связана с улучшением качеств согласовательных механизмов между людьми. Первым вариантом такой формы интеграции является появление согласования на основе случайно выработанных норм и правил, позволяющих людям выйти из

конфликтного состояния и как-то упорядочить способы взаимодействия друг с другом. Напомним, что под конфликтом понимается такой тип социальной интеракции, когда субъекты, имеющие противоположные интересы, начинают борьбу друг с другом, используя различные ресурсы и методы для реализации своего интереса как единственно возможного, не учитывая позицию «значимого другого».

Вариантом преодоления подобного конфликтного состояния, которое наносит ущерб обеим сторонам и неизбежно приводит к деградации социальных связей, является выход в согласовательное пространство, где противоборствующие акторы путем переговоров и частичных отказов от своих первоначальных требований находят взаимоприемлемые варианты бесконфликтного существования, в той, или иной мере учитывая интересы друг друга. Именно таким образом и появились первые социальные нормы (их не стоит путать с нормами деятельности, генезис которых происходит по иным основаниям, о чём будет сказано далее). Прогресс социальных отношений в этом случае связан с устраниением борьбы как источника постоянного ущерба и появлением таких норм, которые выгодны обоим субъектам. Например, люди могут договориться, что пока они находятся в одном социальном пространстве, они не будут красть вещи друг у друга.

Однако стоит отметить, что любые конвенции, построенные на основе договора, являются крайне недолговечными и случайными.

Кроме того, социальная ущербность подобных конвенций связана

также и с невозможностью включения в процедуры согласования слишком большого количества участников, которым будет достаточно сложно найти общие «точки соприкосновения». Можно с полным основанием утверждать, что чем больше людей втянуто в определенный конфликт, тем сложнее найти такие «знатенатели», которые позволяют договориться и прийти к совместному консенсусу. Более того, есть серьезные основания утверждать, что ситуативные договоры между людьми, хотя и позволяют преодолевать конфликты (то есть, выходить из архаичного состояния и делать шаг в сторону более цивилизованного бытия, ведь животные, как известно, договариваться не способны), не могут служить фундаментом для деятельности. Под деятельностью мы понимаем процесс преобразования деятелем окружающего мира под определенный заказ (внешний или внутренний), в ходе которого происходит целенаправленное превращение исходного продукта в конечный результат с помощью средств преобразования. Такая деятельность может носить как индивидуальный, так и кооперативный характер.

Кооперативная деятельность возникает тогда, когда нужно обеспечить совместное функционирование нескольких различных звеньев деятельности, совмещаемых в рамках общей цели. Допустим, мы решили построить дом, что требует совмещения усилий большого количества людей. В этом случае любые конвенции уже контрпродуктивны, поскольку деятельность для того, чтобы быть эффективной, должна учитывать не договоренности между людьми, а исключительно законы бытия объективного мира,



Конечно же, именно потребитель является «центром мира» в рамках «общества потребления»! Я хочу! И весь мир вертится вокруг моих желаний! В этом же никто не сомневается... Правда?..

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CkN9P>

без чего процесс преобразования исходного в конечное будет невозможен. Именно на этой основе и рождаются нормы деятельности, которые задают жесткие требования для деятеля (как управленца, так и исполнителя) и подчиняются, в свою очередь, требованиям бытия объекта преобразования. Бетон будет застывать при температуре окружающего воздуха ниже нуля градусов: так живет объективный мир, и как бы строители не хотели это изменить, законы природы, увы, пока не подчиняются никаким человеческим желаниям. Таким образом, мы можем сделать важный вывод: кооперации людей (как деятельностного, так и недеяностного типа) возможны как на основе случайных согласований (конвенций), позволяющих преодолевать конфликты,

так и на базе подчинения людей нормам деятельности для создания тех продуктов, которых нет в природе в первозданном виде.

Однако ни первый, ни второй варианты не предполагают необходимости существования культуры. Запрос на культуру как определенный «блок» существования общества возникает лишь тогда, когда вне деятельности или локальных компромиссов с небольшим числом участников, практически нет возможности обеспечить согласованное бытие большого количества социальных групп, каждая из которых реализует свои эгоистические (национальные, социальные, территориальные и прочие) интересы. Именно в этом случае необходимо появление таких норм, которые бы носили универсальный характер и были способны обеспечить совместное бытие людей без необходимости прихода к компромиссам по любому поводу.

Можно констатировать, что так называемая «немассовая» культура (в первую очередь, элитарная и национальная) в качестве своей основной функции призвана снабжать общество критериями неслучайного согласования, позволяющими интегрировать большие массы разнородных социальных групп на основе единых, универсальных норм. Только те нормы, которые реализуют такую функцию, могут быть названы культурными, и именно они как раз и составляют массив духовной культуры. Причем, эти нормы могут найти воплощение и в материальных предметах (храмы, живопись, скульптура), составляющих, в свою очередь, массив материальной культуры. Все остальные искусственно сконструированные объекты (мосты, дороги, здания и т. д.), по нашему мнению, не имеют

никакого отношения к культуре, хотя в рамках утвердившейся в современной науке «панкультураллистской» точки зрения, все, что не встречается в первозданном виде в природе и что несет на себе явные следы преобразования человека, относится к сфере культуры.

Для иллюстрации этого тезиса возьмем в качестве примера христианскую заповедь «не укради». Появление такой «вечной» нормы, имплицируемой через социальный институт религии, позволяет людям жить в относительном спокойствии за свое имущество, на которое не будет посягать посторонний человек, усвоивший такую норму. Это избавляет людей от необходимости каждый раз пересогласовываться по принципу: «ты не бери мое, а я не буду посягать на твоё» – установленной договором конвенции, которая могла бы каждый раз флюктуировать по мере изменения обстоятельств, времени, появления новых не охваченных договором людей и т. д. К слову говоря, еще Эмиль Дюркгейм, призвал считать религию важнейшим компонентом социальной жизни, с помощью которого возможно объединение разных индивидов и групп в интегрированные общности на основе универсальных ценностей. При этом, по его мнению, религиозные ценности «превосходят светские вещи в силе или могуществе» [Дюркгейм. Цит. по: Трофимов 2019: 184], а, значит, помещаются на вершине соответствующей ценностной иерархии, формируемой социумом в ходе культурно-исторических практик.



Люди творят «новых» божков и поклоняются им... Все идет как надо!
Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CkNCc>

Таким образом, культура вводит некие всеобщие правила бытия, которые носят вечный характер и позволяют преодолевать индивидуальный, групповой, этнический, территориальный и иные эгоизмы, тяготеющие к тому, чтобы ставить свой интерес выше интересов окружающих. Описанные нами выше культурные ценности и нормы составляют то, что в современной науке с подачи А. Грамши принято называть «культурным ядром», которое включает в себя представления о добре и зле, символы, традиции, научные постулаты, предрассудки и знания [Грамши 1958: 36.]. Чтобы достичь фундаментального согласия в обществе, необходимо снизить уровень противоречий, появление которых обусловлено наличием разных интересов у социальных групп. Для этого Грамши видит необходимость в «артикуляции различных интересов, позволяющей каждой группе в значительной степени

сохранить свою собственную индивидуальность» [Грамши. Цит. по: Лестер: 2024]. Другие авторы [Леви-Стросс 2001: 217] называют это мифологической сферой.

Массовая культура: сервис экономики, активирующий потребительские паттерны

В науке и в обывательском представлении сложилось мнение, что отличительным признаком массовой культуры является ее воздействие именно на массовую аудиторию, что отличает указанный тип культуры, например, от культуры элитарной. Подобная точка зрения может внести путаницу в понимание специфики рассматриваемого нами явления. Очевидно, что произведение Льва Толстого «Война и мир» не может быть отнесено к массовой культуре, так как для его восприятия, во-первых, нужна специальная подготовка, что уже «отсекает» широкую аудиторию от потребления подобного литературного продукта; во-вторых, оно не было написано с коммерческими целями, тогда как массовая культура обычно изначально и в явной форме стремится к коммерциализации своих творческих усилий за счет охвата как можно большего количества людей. Если же взять, допустим, такой фильм, как «Война и мир» Бондарчука 1960-х, поставленный на основе произведения Льва Николаевича, то мы обнаружим, что его посмотрели десятки миллионов советских граждан, что, по идее, уже должно классифицировать этот продукт кинематографа как порождение массовой культуры. Кроме того, сериал Сергея Бондарчука был также коммерчески весьма успешным (естественно, по советским меркам), так как миллионы

зрителей, пришедших в кинотеатры, оставили в их кассах большие суммы денег. В качестве образца для сравнения с фильмом Бондарчука можно рассмотреть один из самых коммерчески успешных американских сериалов периода 1980-х гг. – «Miami Vice» или, в нашем переводе, «Полиция Майами: Отдел нравов».

Считается, что именно этот продукт массмедиа оказал огромное влияние на моду 1980-х гг. Так, например, на волне успеха телесаги о похождениях двух полицейских (белого и черного «копов»), которые в течение одной серии несколько раз меняли комплекты одежды, огромной популярностью среди мужчин стал пользоваться стиль «футболки под пиджаком от Армани». Описываемый нами сериал существенно подстегнул спрос не только на клубные пиджаки, мокасины и солнечные очки, но также и на бритвы, позволяющие мужчинам носить «трехдневную щетину», как это делал главный герой сериала Санни Крокет.

Возникает вопрос: что может объединять эти два фильма и, наоборот, в чем заключаются различия между ними? Поверхностный взгляд на суть вещей может привести к ошибочному мнению, что, раз, их посмотрели миллионы человек, то, значит, они оба относятся к массовой культуре. Однако, с нашей точки зрения, использование лишь количественных характеристик для анализа этого феномена духовного производства является методологически ошибочным. Массовая и немассовая культура различаются, в первую очередь, по целям. Как было сказано выше, цель культуры – это обеспечение общества и его блоков определенными универсальными ценностями.



Главные действующие лица – детектизы сериала «Полиция Майами: Отдел нравов» – типичные «герои» голливудского телевизионно-сериалного масскульта.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CmGq>

Исходя из всего вышеизложенного, можно прийти к парадоксальному выводу: массовая культура, хотя она и названа в науке «культурой», не имеет ничего общего с описанной нами выше функцией гармонизации отношений между людьми на основе универсальных и вечных норм. Будучи неотделимой частью общества потребления, и эксплуатируя механизмы и жанры «нормальной культуры» (театр, кино, литературу и т. д.), она стремится не к тому, чтобы снабдить общество универсальными критериями совместного гармоничного бытия, а к тому, чтобы обслужить интересы капитала, исподволь и коварно формируя в людях стойкие потребительские паттерны [Кара-Мурза 2001: 345].

103

Как было показано выше, сериал «Полиция Майами, отдел нравов» вызвал взрывной рост потребления определенных

аксессуаров за счет утверждения через массовый экран определенного стиля в одежде, машинах и образе жизни. Можно предположить, что это и было главной целью создателей данного криминального «неонуарного» триллера, которые, возможно, даже получали определенное вознаграждение от производителей одежды или обуви. Тогда как фильм Бондарчука (равно как и оригинальное произведение Льва Толстого) преследовал



«Бананы, кокосы – апельсиновый рай... Стоит только захотеть...» [Иванова, без даты].

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CkPpt>

совершенно иные цели и был, в первую очередь, направлен на формирование у людей определенной мировоззренческой картины, постулирующей такие ценности, как патриотизм, любовь к ближнему и уважение к своему народу и его героической истории.

Подводя промежуточные итоги наших рассуждений, можно заключить, что массовая культура представляет собой особого рода *инвалидизированный* тип духовного производства, который посредством навязывания ложных и однотипных потребностей большим массам людей стимулирует постоянное воспроизведение бизнес-цикла, и в этом заключается ее главная цель. Как раз об этом в свое время и писал Г. Маркузе, подчеркивая, что сущностной чертой современной культуры является манипуляция человеческими потребностями с помощью как удовлетворения уже имеющихся, так и, что более существенно, навязывания новых [Маркузе 2017: 73]. Нам бы хотелось внести некоторые корректировки в существующие в науке типологии культуры. Мы склонны выделять **некультуру** (то есть, все искусственно сконструированные человеком артефакты, не составляющие «культурное ядро» общества), **немассовую** или **реальную культуру** (совокупность универсальных, «вечных» ценностей, позволяющих интегрировать большие группы людей) и **массовую культуру** (направленную, в первую очередь, на стимулирование потребительского спроса в интересах капитала).

Для понимания того, как массовая культура воздействует на сознание человека, нам представляется необходимым взять в качестве исходного пункта повседневную жизнь человека. С нашей точки зрения, онтологическим основанием бытия индивида является первая, самая главная, ступень его существования, которую можно назвать индивидуальной жизнедеятельностью. Все остальные ступени так или иначе производны от этой. Поскольку и

деятельность, и социальное сосуществование, и культура, и духовное бытие разворачиваются лишь в том случае, если человек способен воспроизводить себя в своих базовых формах, что невозможно без удовлетворения потребностей. В этом плане мы ведем речь не столько о ранжировании важности этих форм бытия, сколько об их каузальной последовательности.

Индивидуальная жизнедеятельность человека связана с постоянным удовлетворением его разнообразных потребностей и может быть описана как перевязанная между собой последовательность определенных шагов. На первом шаге индивид ощущает наличие некоего напряжения и строит в своем сознании образ потребности (того, чем порождено это состояние напряженности). Далее он запускает поисковый механизм по нахождению предмета потребности из внешнего мира, который должен снять подобное состояние неудовлетворенности. В случае совпадения в сознании индивида образа потребности и найденного предмета из внешнего мира у человека появляется мотивация на присвоение этого предмета, что, после осуществления этого акта присвоения, на некоторое время снимает ощущение неудовлетворенности – до следующего возникновения напряженности.

Можно констатировать, что массовая культура, будучи «рукоположенным» сервисным институтом общества потребления, то есть, повсеместно обслуживая интересы капитала, использует как средство уже самого человека, запуская механизмы

манипуляции его сознанием. Суть этой манипуляции заключается в том, что средства массовой коммуникации всей своей мощью воздействуют на поведение индивида, активируя в его потребностной пирамиде только те потребности, которые связаны с потреблением разнообразных товаров и услуг [Miller 2019: 570].

Таким образом, роль потребителя на рынке становится ведущей в современном обществе, а все остальные роли – факультативными и производными по отношению к вышеуказанной. Более того, другие важные потребности (например, в самореализации, признании и т. д.) начинают фундироваться именно потреблением. Так, в западном обществе человек уже давно оценивается не по своим личным качествам, а по размеру текущего банковского счета, степени престижности машины, на которой он ездит, элитарности района, в котором он живет и так далее. Социальная значимость человека начинает определяться исключительно его возможностями «быть потребителем». Массовая культура в этом случае словно «вirus» встраивается в цикл индивидуальной жизнедеятельности, активируя в мотивации человека лишь те стимулы, которые должны побудить его к постоянному и расширенному потреблению. К сожалению, современный обыватель начисто лишен выбора, так как все без исключения культурное поле современного общества монопольно оккупировано теми масс-продуктами, которые стимулируют только потребности, связанные с приобретением товаров и услуг. На это направлены усилия телевидения, Интернета, современной бульварной литературы и даже производителей детских игрушек.

Стили жизни, формируемые массовой культурой

Еще раз повторим одну важную мысль: массовая культура формирует определенную моду (или стиль жизни), которая, в свою очередь, заставляет людей активизировать потребление вещей, так или иначе олицетворяющих заданный образ жизни. При этом, указанные стили жизни оказываются лишенными какого-либо смыслового наполнения. Приведем такой пример. Три года назад в России (как, впрочем, и во всем мире) были широко востребованы монстрообразные детские игрушки по имени «Хагги-Вагги» (в



Ну что, будем веселиться и играть, или мы тебя съедим прямо здесь и прямо сейчас?..

«Хагги-Вагги» – персонаж хоррор-игры «Poppy Playtime» и «Кисси-Мисси» – игрушка компании «Playtime Co». Изображение размещено в свободном доступе на платформе <https://clck.ru/3Ckhc4>

синем цвете) и «Кисси-Мисси» (в розовом цвете), которые пользовались большой популярностью у детей подростков, будучи начисто лишенными какой бы то ни было символической составляющей и привлекали внимание только своей нелепой

страшновато-комической внешностью и яркими цветами. На основе подобных персонажей был запущен целый ряд коммерчески востребованных товаров, реализуемых в больших объемах: сами игрушки в разных формах и материалах, школьные пеналы, тетради, брелки, ручки и т. д., которые продавались по ценам гораздо выше рыночных, что было обусловлено их большой популярностью в текущем моменте.

Складывается ощущение, что бизнес в определенный момент времени периодически запускает в серию некие «продукты», которые на первый взгляд вообще не имеют под собой никакого рационально объяснимого спроса, но которые, тем не менее, в силу влияния на массовое сознание средств массовой коммуникации, раскручивающих взрывообразный ажиотаж, неожиданно становятся популярными, или, как выражается современная молодежь, «ловят хайп». Появление таких вещей обусловлено, на наш взгляд, целенаправленным и принудительным внедрением в потребностную пирамиду человека так называемых «ложных» потребностей, о которых было сказано выше и которые перезапускаются бизнесом на постоянной основе.

С другой стороны, и это очевидно, воздействие персонажей, «вброшенных» массовой культурой, на определенные группы людей, может иметь гораздо более длительный характер, чем вышеназванные образы, существовавшие в рамках лишь быстропроходящей моды. Возьмем в качестве примера знаменитую куклу «Барби», которая, по нашему мнению, является наиболее

коммерчески успешным продуктом на рынке детских товаров для девочек. Можно предположить, что ее создатели Рут и Эллиот



Это просто невозможно не хотеть иметь у себя!!! Барби – эталонная кукла!

Модель всего «общества потребления»!

Изображение размещено в свободном доступе <https://clck.ru/3CkhaE>

Хэндлеры грамотно вычленили важнейшую для девочек потребность – быть красивыми. Ну а поскольку юные девочки в возрасте 4-13 лет не могут реализовать на практике свое желание

«быть как взрослая женщина», то им был предложен некий субститут, позволяющий конструировать собственный мир, замещающий взрослую жизнь, на основе центрального персонажа – куклы «Барби», выглядящей уже как полноценная половозрелая женщина-модель, и целого спектра сопутствующих атрибутов, таких как, дом, платья, мебель, машина и даже «жених» Кен.

В данном случае коммерческая составляющая от реализации этой игрушки заключается не только в возможности ее создателей практически непрерывно получать прибыль от продажи куклы и всех сопутствующих аксессуаров из «вселенной Барби», но и в том, что ежедневное взаимодействие с таким персонажем закладывало у девочек и подростков потребительские паттерны на будущее. Через механизмы суггестии (воздействие на сознание ребенка, посредством которого происходит внедрение определенных установок на некритическом уровне), реализованные в этой игрушке, девушкам внушают мысль, что они во что бы то ни стало должны быть похожими на нее, уже когда будут взрослыми. То есть, современная успешная девушка должна быть модной, стройной, с длинными волосами, дорогой косметикой, ухоженной кожей и со стильными украшениями, что, естественно, потребует финансовых затрат. Таким образом, представительницы женского пола уже с самых ранних лет планомерно подсаживаются на статусную и дорогостоящую «потребительскую иглу», слезть с которой в дальнейшем будет крайне сложно.

Заключение

В итоге можно констатировать следующее: массовая культура как феномен современной жизни была порождена механизмами так называемого общества потребления, которое, в свою очередь возникло под влиянием развития и углубления капиталистических отношений. Если в нормальном типе общества экономика является обслуживающим сервисом по отношению к жизнедеятельности людей, удовлетворяя их разнообразные потребности, то для общества потребления характерно доминирование интересов капитала практически во всех сферах социальных отношений. Это связано с тем, что бизнес-цикл живет не только в русле простого воспроизведения вложенных в него стоимостей, но в логике постоянного приращения капитала, которому для этого нужен все возрастающий спрос. Управление спросом, связанным с накоплением возрастающих, разнообразных и в крайней степени быстро меняющихся потребностей, становится базовым механизмом жизнедеятельности такого типа общества, превращающегося в значимый ресурс для экономического блока. Это в неизбежной степени приводит к трансформации и самого культурного пространства социума, начинаящего вместо производства и трансляции вечных и универсальных ценностей, призванных интегрировать людей и гармонизировать отношения между различными социальными акторами на основе общего ценностного консенсуса, практически всецело обслуживать требования экономики. Для этого культура начинает

воздействовать на массовое сознание, актуализируя только те потребности, которые так или иначе связаны с рыночным потреблением. Различные жанры искусства (музыка, кино, литература), телевидение и даже детские игрушки формируют определенные стили жизни, начисто лишенные какого-либо смысла, но интенсифицирующие покупательские паттерны, призванные постоянно стимулировать и подпитывать деньгами рыночную экономику. Превращение массовой культуры [Маленко 2024] в служанку «бизнеса» лишает выхолащивает ее социальную функцию и превращает ее лишь в очередной маркетинговый инструмент, реализующий сервисное обслуживание интересов капитала.

Литература

- Бергер, П. (1995). *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. Москва: Медиум.
- Бунеева, М. В. (2011). Теоретические основы анализа общества потребления. *Вестник Московского Университета. Сер. 6. Экономика*, 6, 53-56.
- Валевич, Е. С. & Ильина, А. Н. (2015). Брендинг в обществе потребления. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Социальные науки*, 1, 101-106.
- Вейнмейстер, А. В. & Иванова, Ю. В. (2017). Культурные индустрии и креативные индустрии, границы понятий. *Международный журнал исследований культуры*, 1(26), 38-48.
- Грамши, А. (1958). *Избранные произведения в 3 томах*. Москва: Изд-во иностр. лит.
- Иванова, Т. (без даты). Апельсиновая песня. Режим доступа: <https://clck.ru/3CkhgF> (дата обращения: 10.06.2024).
- Кара-Мурза, С. Г. (2001). *Манипуляция сознанием*. Москва : Эксмо-Пресс.
- Кобзаренко, Л. Н. (2023). Общество потребления в социокультурной парадигме. *Kant: Social science & Humanities*, 2(14), 56-60.
- Леви-Стросс, К. (2001). *Структурная антропология*. Москва: Изд-во Эксмо-Пресс.
- Лестер, Д. Теория гегемонии Антонио Грамши и ее современное звучание. *Политнаука. ПолитНаука - политология в России и мире*. Режим доступа:

- http://www.politnauka.org/library/classic/leyster.php (дата обращения: 28.03.2024).
- Маленко, С. А. (2024). Досуг в пространстве индустрии впечатлений: от элитарного к массовому. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(6), 9–17. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-1\(6\)-9-17](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-1(6)-9-17)
- Маркузе, Г. (2017). Эрос и цивилизация. Одномерный человек. Москва: AST.
- Овруцкий, А. В. (2010). Феноменология общества потребления. Общество. Среда. Развитие. *Социологические науки*, 1, 17–131.
- Ортега-и-Гассет, Х. (1991). Эстетика. Философия культуры. Москва: Искусство.
- Трофимов, С. В. (2019). Эмиль Дюркгейм о роли религии в общественной жизни. Обоснование выбора элементарной религии. *Вестник Московского Университета. Сер. 18. Социология и политология*, 25(3), 173–196.
- Хоркхаймер, М. & Адорно, Т. (1997). Диалектика Просвещения: Философские фрагменты. Москва: Медиум; Санкт-Петербург: Ювента.
- Miller, J. C. (2019). The «right to consume»? Re-thinking the dynamics of exclusion/inclusion in consumer society. *Consumption markets & Culture*, 22(5-6), 1-14.

Информация об авторах

Смирнов Василий Андреевич – кандидат философских наук, доцент кафедры философии, культурологии и социологии, ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого» (Россия, 173003, г. Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 41), ORCID: 0000-0002-5338-412, novtransa2010@yandex.ru

MASS CULTURE: THE PURSUIT OF THE CONSUMER OR ITS PRODUCTION

Vasiliy Smirnov

Abstract. This article examines the mechanism of the formation of mass culture as a necessary component of a consumer society. It is noted that such a society is generated by the needs of capital, which, for expanded reproduction, is forced to use all other institutions of society, including culture, as its resource. Mass culture, used to stimulate the continuous and steadily increasing demand for goods and services, strives to activate only those motives in a person's need state that should lead them to the market. For this purpose, the entire spectrum of cultural products is used, from the cinema (one of the most powerful means of influencing mass consciousness) to children's toys, which, despite their "innocence", nevertheless also directly participate in the promotion of consumer habits, shaping children have a certain lifestyle, which they will be forced to reproduce when they become adults and enter the market. Thus, mass culture becomes a zealous "servant" of the business bloc of society, performing not so much an integrative function as acting as a purely marketing tool designed to form stable consumer

patterns among the population, which will allow the capitalist cycle to be reproduced indefinitely.

Keywords: consumer society, mass culture, "soft power", cultural hegemony, management technologies, postmodernity, "society of the spectacle", "trade revolution", postcapitalism, cultural industries, experience industries.

References

- Berger, P. (1995). *Social'noe konstruirovaniye real'nosti. Traktat po sociologii znanija.* [The social construction of reality. A treatise on the sociology of knowledge]. Moscow: Medium Publ. (In Russ.).
- Buneeva, M. V. (2011). Teoreticheskie osnovy analiza obshchestva potrebleniya [Theoretical foundations of the analysis of consumer society]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Ser. 6. Ekonomika* [Bulletin of the Moscow University. Ser. 6. Economics], 6, 53-56. (In Russ.).
- Gramsci, A. (1958). *Izbrannye proizvedeniya v 3 tomah* [Selected works in 3 volumes]. Moscow: Publishing House of foreign literature. (In Russ.).
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1997). *Dialektika Prosvetshcheniya: Filosofskie fragmenty* [Dialectics of Enlightenment: Philosophical Fragments]. Moscow: Medium Publ.; Saint-Petersburg: Juventus Publ. (In Russ.).
- Ivanova, T. (n.d.). *Apel'sinovaja pesnia* [The Orange Song]. Available at: <https://clck.ru/3CkhgF> (acessed: 10.06.2024).
- Kara-Murza, S. G. (2001). *Manipulyaciya soznaniem* [Manipulation of consciousness]. Moscow : Eksmo-Press. (In Russ.).
- Kobzarenko, L. N. (2023). Obshchestvo potrebleniya v sociokul'turnoj paradigm [Consumer society in the socio-cultural paradigm]. *Kant: Social science & Humanities*, 2(14), 56-60. (In Russ.).
- Lester, D. Teoriya gegemonii Antonio Gramshi i ee sovremennoe zvuchanie [Antonio Gramsci's theory of hegemony and its modern sound]. *Politnauka. PolitNauka - politologija v Rossii i mire* [Political science. Political science is political science in Russia and the world]. Available at: <http://www.politnauka.org/library/classic/leyster.php> (accessed: 28.03.2024). (In Russ.).
- Levi-Strauss, K. (2001). *Strukturnaya antropologiya* [Structural anthropology]. Moscow: Eksmo-Press. (In Russ.).
- Malenko, S. A. (2024). Leisure in the space of the experience industry: from elitivity to massiveness. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 1(6), 9-17. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-1\(6\)-9-17](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-1(6)-9-17)
- Marcuse, G. (2007). *Eros i civilizaciya. Odnomernyj chelovek* [Eros and Civilization. A one-dimensional man]. Moscow: AST Publ. (In Russ.).
- Miller, J. C. (2019). The «right to consume»? Re-thinking the dynamics of exclusion/inclusion in consumer society. *Consumption markets & Culture*, 22(5-6), 1-14.

- Ortega-y-Gasset, X. (1991). *Estetika. Filosofiya kul'tury* [Aesthetics. The philosophy of culture]. Moscow: Art Publ. (In Russ.).
- Ovrutsky, A. V. (2010). Fenomenologiya obshchestva potrebleniya [The phenomenology of consumer society]. *Obshchestvo. Sreda. Razvitiye. Sociologicheskie nauki* [Society. Wednesday. Development. Sociological sciences], 1, 17-131. (In Russ.).
- Trofimov, S. V. (2019). Emil' Dyurkgejm o roli religii v obshchestvennoj zhizni. Obosnovanie vybora elementarnoj religii [Emile Durkheim on the role of religion in public life. The rationale for choosing an elementary religion]. *Vestnik Moskovskogo Un-ta. Ser. 18. Sociologiya i politologiya* [Bulletin of the Moscow University. Ser. 18. Sociology and Political Science], 25(3), 173-196. (In Russ.).
- Valevich, E. S., & Ilyina, A. N. (2015). Brending v obshchestve potrebleniya [Branding in the consumer society]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. Social'nye nauki* [Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N. I. Lobachevsky. Social sciences], 1, 101-106. (In Russ.).
- Weinmeister, A. V., & Ivanova, Yu. V. (2017). Kul'turnye industrii i kreativnye industrii, granicy ponyatij [Cultural industries and creative industries, the boundaries of concepts]. *Mezhdunarodnyj zhurnal issledovanij kul'tury* [International Journal of Cultural Studies], 1(26), 38-48. (In Russ.).

Author's information

Smirnov Vasiliy Andreevich – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Sociology. Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41, B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia), ORCID: 0000-0002-5338-412, novtransa2010@yandex.ru

For citation:

Smirnov, V. A. (2024). Mass culture: the pursuit of the consumer or its production. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 82-116. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-82-116](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-82-116)

УДК 7.01:130.121:141.32

5.10.1. Теория и история культуры, искусства

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-117-152](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-117-152)

ЭПАТАЖЕН ЛИ ГЕНИЙ, ОКАЗАВШИЙСЯ ТРАНСГРЕССИВНОЙ ЛИЧНОСТЬЮ?



Елена Яковлева,

Казанский
инновационный
университет
им. В. Г. Тимирясова
(Казань, Россия).

Elena Yakovleva,

Kazan Innovative University
named after
V. G. Timiryasov
(Kazan, Russia).

ORCID: 0000-0002-4940-604X
e-mail: mifoigra@mail.ru

Для цитирования статьи:

Яковлева, Е. Л. (2024). Эпатажен ли гений, оказавшийся трансгрессивной личностью? *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 117–152.
[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-117-152](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-117-152)

Аннотация. Объектом исследования избран гений из мира искусства. Методами исследования стали феноменологический и экзистенциальный. Опираясь на них, автор пытается понять механизмы, ставшие истоком появления шедевра как нового, духовно значимого для человечества. Творчество, являясь подлинным экзистенциалом бытия художника, способствует его переходам в воображаемые миры. Указанный факт позволяет назвать гения трансгрессивной личностью. Как свободный и

волевой акт трансгрессия осуществляется в самом человеке, вовлекая его в воображаемые миры. Созидательно-творческий ум гения посредством созерцания и воображения, воспринимая различные импульсы и креативно преобразовывая их, расширяет пространства, давая возможность прикоснуться к сути бытия и передать познанное в произведении искусства. Трансгрессивный переход для творца оказывается естественной практикой, позволяя выйти за границы дозволенного. Но со стороны сам гений, его идеи, эмоции, действия и произведения выглядит провокационно, что позволяет охарактеризовать их в качестве эпатажных. Ломая социальные нормы и шокируя окружающих людей, гений и его эпатаж намечают новые пути развития искусства.

Ключевые слова: гений, творчество, трансгрессивная личность, трансгрессия, созидательно-творческий ум, воображение, воображаемый мир, эстетический вкус, эпатаж.

Гений в оптике внимания современности и массовой культуры

В современности фигура гения нередко оказывается мощным истоком для многочисленных подражаний в массовой культуре, где ставка, а первую очередь, делается на эффективные впечатления. Именно они «стали ведущим духовным содержанием современного этапа социальной коммуникации, экзистенциальной основой бытия сознания и человека» [Маленко 2022: 11], являясь «качественной единицей измерения современной культуры, максимально сближающей ранее противопоставленные сферы официальной и повседневной жизни» [Маленко 2022: 10]. Безусловно, люди, связанные с массовой культурой (ее созданием, исполнением и тиражированием), далеки от гения. Они не наделены «высшим, предельным состоянием человеческого духа» [Чернов 2013], не имеют его сверхспособностей/талантов и не способны на продуцирование шедевров в искусстве. Но они пользуются его достижениями, копируют его в имидже, оформляя заимствования в привлекательную форму и попутно монетизируя повторения.



А Вам слабо?

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CgpQN>

Необходимо признать, как в массовом, так и научном дискурсе феномен гения давно находится в центре внимания. Несмотря на достаточное количество концепций, посвященных гениальной личности, тем не менее, в ее природе все еще остается много непонятного, нераскрытоого, загадочного. Дело в том, что гений довольно редкое явление в обществе. Он – «открыватель смыслов, возделыватель ценностей и созидатель универсалий всечеловеческой духовной культуры» [Чернов 2013]. Чаще всего понимание того, что человек гениален, приходит не к его современникам, а к следующим поколениям. Для людей своей эпохи гений оказывается личностью сложной, странной, противоречивой, зачастую скандальной, поэтому по отношению к

нему в социуме проявляют враждебность, равнодушие. Возможны и открытые нападки, а также замалчивание, игнорирование и непризнание.

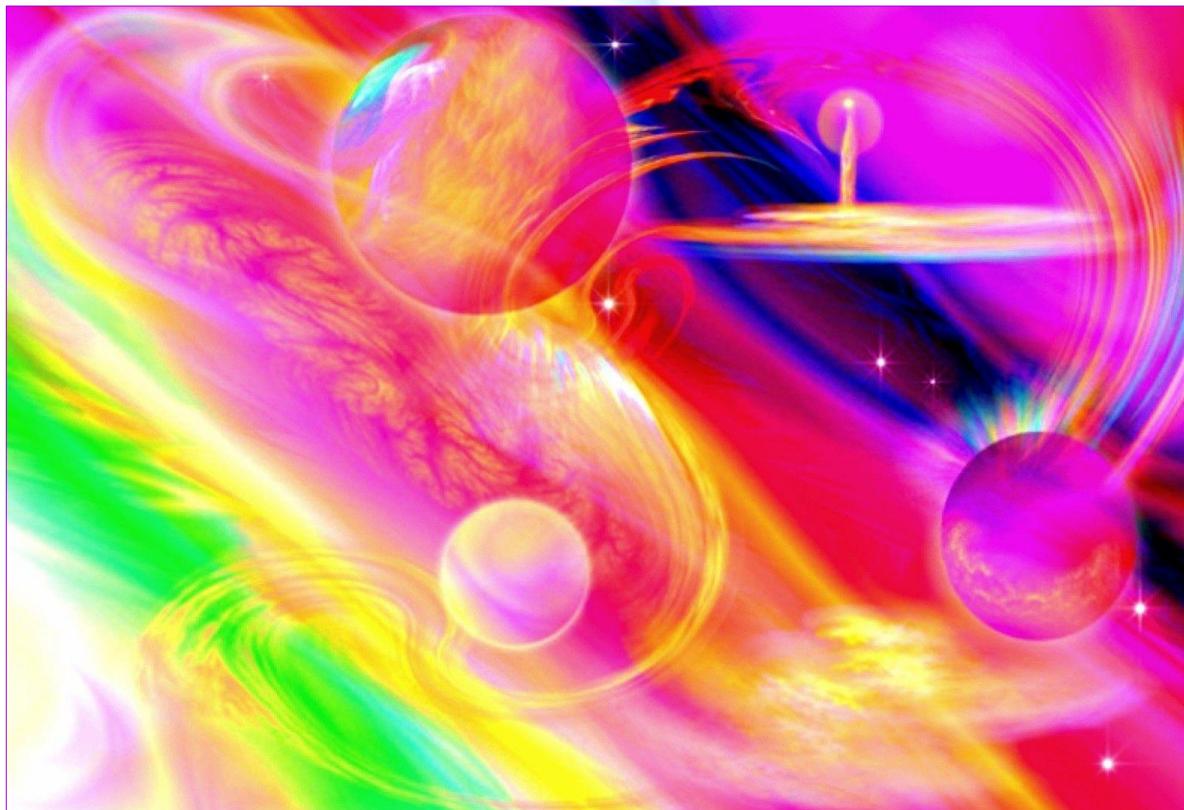
Приобретение тем или иным человеком *post factum* статуса гения инициирует его исследование. Как правило, о гении пишет среднестатистический человек (пусть даже имеющий ученую степень). Сам художник, оставивший после себя автобиографическое и эпистолярное наследие, либо отмалчивается, либо не раскрывает всех тайн своей души и специфики творческого процесса ввиду сложности и даже невыразимости посредством языка интенциональности. Встает вопрос: каковы механизмы п(р)оявлений гениального, столь шокирующего современников и восхищающего будущие поколения людей?

Отвечая на поставленный вопрос, объектом исследования мы избрали фигуру гения из мира искусства. Методы исследования – феноменологический и экзистенциальный. Как мы считаем, подобные методы позволяют «относиться к миру нерепрессивно» и понять существование творца, изучая объект восприятия как *себя-в-себе-самом-показывающий* (М. Хайдеггер) [Цветухина, Толстиков 2018: 43] и, при этом, выявляя его природные особенности.

Первый поворот ленты Мебиуса: творчество как экзистенциал гениальной личности, оказавшееся ее трансгрессией

Гений нестандартен в своих эмоциях/реакциях/поступках и, конечно же, в создаваемых им произведениях искусства. Его проявления нередко крайне эпатажны. Живя в обществе, оказываясь в его событийности и реагируя на ситуации, он словно бы игнорирует существующие социальные нормы и принципы. И его нарушения неслучайны. Творец бытийствует в собственном (художественном) пространстве, постоянно занимаясь решением креативных задач, нередко известных и понятных лишь только одному ему. Находясь в окружении людей, он продолжает оставаться в своем мире и работать над художественным произведением. Чаще всего никто не догадывается о его внутренних практиках, способствующих рождению шедевра.

Для гения важнейшим экзистенциалом бытия, несомненно, является творчество. Именно оно позволяет ему посредством создания нового раскрыть себя и личный потенциал, самовыразиться и самоутвердиться. В своем жизненном пространстве художник «встает на путь Сотворения своего Мира» [Бобриков 2012: 205], а творчество выступает в качестве его «общего модуса существования и поведения» [Бобриков 2012: 206].



*Судьбоносная неизбежность гения:
извечное пребывание в творческом процессе*

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/4nrH>

Творчество требует колоссальных усилий со стороны индивида и наполняет его жизнь смыслом, позволяя прикоснуться к себе и сути бытия. «Творчество – это разворачивание во времени и пространстве, объективирование и материализация мировоззрения субъекта творчества, его личности, в течение которого происходит взаимокорректировка, взаимоизменение, диалог всех участвующих в процессе сторон: мира во всех его аспектах (художественном, эмпирическом, экзистенциальном, материальном и т. д.) и человека» [Бобриков 2012: 208].

По И. Канту, в творчестве проявляются отличительные свойства гения: талант, как природный дар, а также мастерство.

Стимулами к творчеству как экзистенциальному бытия С. С. Ступин называет три мощных основания: «1) онтологическую потребность вопрошания (трансцендирования); 2) свободу, понимаемую в качестве воли преодоления антропного предела и энергийного "тонуса духа"» [Ступин 2020: 15]; «3) экзистенциальный ответ на вызов, который бросает человеку Ничто» [Ступин 2020: 15]. Благодаря этим вышеперечисленным качествам и основаниям, гений оказывается погруженным в творческий процесс создания шедевра, а само творчество в искусстве обладает эстетическим модусом.

В произведении искусства обнаруживается ценностное значение, рожденное в результате созерцания, переживания и художественного отражения бытия. Произведение искусства, предстающее первоначально перед внутренним взором творца, а затем (уже после его создания) и перед всеми, приобщающимися к нему, являет видимую мыслимость (Н. А. Кормин). Не случайно исследователь Я. Козелецкий называет творчество видом экспансии. Действительно, если не в современности, то через определенный промежуток времени художник и его шедевр захватывают огромные пространства, покоряя людей философической поэтичностью и глубокими смыслами созданного.

В творчестве и своем произведении искусства индивид, удовлетворяя онтологическую потребность вопрошания, проявляет свой сокровенный мир, связанный с интуитивным, эмоциональным и рациональным переживанием жизни и ее событийности, рефлексированием над происходящим и

мучительными поисками абсолютных ценностей, в том числе истины и красоты. В произведении искусства как «эстетическом суждении» всегда звучит голос души художника, философски услышанный» [Кормин 2022]. Но сокровенность художника за-душевна, за-пределна. Она скрыта, то есть глубоко спрятана в его внутреннем мире. «В индивидуальном "внутреннем бытии" – экзистенциальном пространстве каждого живущего – креативный



Гамлетовский вопрос: трансгрессия или побег в никуда?

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/fQeo>

фермент сохраняет свою принципиальную ценность» [Ступин 2020: 12]. И гений буквально достает из глубин свою сокровенность, совершая разрывы и испытывая инсайт. Художник извлекает «новое из глубин сознания и бессознательного (в том числе и

коллективного) в точке их пересечения с действительностью и ее отображениями в виде знаковых систем» [Задорожнюк 2000: 371]. Творческий импульс гения непосредственно обращен за бытие, а значит он способствует проходам в иное. «Само рождение шедевра есть определенный разрыв бытия», а «художник изымает из сущего объект и затем в художественной форме заполняет разрыв, произведенный им» [Яковлева 2023: 115].

Существование проходов в иное во время творческого акта позволяет назвать гения трансгрессивной личностью, свободно трассирующей между миром реальным и воображаемым как трансцендентным, представляемым как самопредставление и самопознание. Творческий переход в мир воображения позволяет прикоснуться к трансцендентным первоосновам бытия, в результате чего художник приобретает *абсолютную ясность сознания* [Чернов 2013]. Как подчеркивает Н. А. Кормин, «условием объективности опыта искусства является трансцендентальное единство апперцепции, сопровождающее течение самого художественного опыта» [Кормин 2022].

Подчеркнем, что трансгрессию как трансцендирование индивид осуществляет в себе самом. Это довольно свободный и волевой акт перехода в воображаемое как незнаемое для его познания и открывания другим. Согласимся с Ж. Батаем, подчеркнувшим, что трансгрессия – «это прыжок в неведомое» [Батай 2007: 72], выход за предел, где гений оказывается отстраненным от реального мира, погружаясь в особое (воображаемое) пространство. Указанное понимание имеет

истоком платоновские интуиции о том, что творчество есть «все, что вызывает переход из небытия в бытие» [Платон]. Восстанавливая пропущенное звено этой мысли, вполне логично допустить, что первоначально гений совершил переход из бытия в небытие. Творец, перешагивая границу, проникает в *по-ту-стороннее-состояние-в-себе-самом* и раскрывает экзистенциальные (творческие и интеллектуальные) потенции. Как определяет Я. Козелецкий, трансгрессия подразумевает «действия и мыслительные процессы – обычно намеренные и сознательные – выходящие за рамки существующих до сих пор материальных, символических и социальных возможностей и достижений человека, становящимся источником новых и важных ценностей – положительных и отрицательных» [Козелецкий 2001: 18].

При этом (обязательные/незаметные) границы связываются ученым с ограничениями/барьерами, заданными не только культурно-историческими условиями развития общества, но и самим индивидом, его внутренним миром. Сам гений, осуществляющий трансгрессивный переход, оказывается настолько вовлеченным в процесс погружения в иное пространство, что стирает противопоставление реального и воображаемого. Для него воображаемый мир обладает «глубинным существованием, освобожденным от форм кажимости» [Батай 2000: 102].

Подчеркнем, трансгрессия для художника оказывается естественной практикой. Для него в ней нет ничего необычного. «Гений знает об инобытии из бытия, и о бытии – из инобытия»

[Чернов 2013], он «уже знает всё, еще не зная ничего; в его сознании нет расчлененности, – его знание и вера целокупны – он верит, не имея никаких оснований для веры, и он знает, не имея никаких оснований для знания, – тех оснований, которые просто необходимы всем остальным людям» [Чернов 2013], поэтому, «не зная еще доказательства вещей, знает между тем сами вещи в их смысловой явленности» [Чернов 2013].

Подчеркнем, что сама трансгрессия обладает и конструктивным, и деструктивным началом. Благодаря ей индивид расширяет границы своего бытия-в-мире, «сам воспламеняет мысль в акте творчества» [Кормин 2022] и создает произведение искусства (конструктивный фактор). «В трансгрессивном порыве творчества, ставящего человека над самим собой, в ситуации охваченности идеей, формой, смыслом, в экзистировании в инсайте человек обретает новый модус себя» [Ступин 2020: 25]. Деструктивность же проявляется в нарушении существующих границ и канонов искусства. Но в итоге игнорирование подобных ограничителей как раз и приводит к новому в искусстве. Осуществляя переход, гений демонстрирует свою открытость миру и даже доходит до полноты своего бытия. Ж. Батай подчеркнул, что трансгрессия есть приобщение к бытию в его тотальности с постижением «двойного движения – отрицания и возвращения» [Батай 2007: 59].

Заметим, что переходы гения из одного мира в другой являются осознанными, целенаправленными, что не дает право говорить о случайности рождения шедевра. По отношению к

творческому процессу правильнее было бы внедрить понятие *случайная неслучайность/ненеслучайная случайность*. Интуитивно будущий гений непрерывно ощущает неудовлетворенность окружающей средой, чувствует настоятельную потребность в ином самовыражении. И как раз этот факт способствует его (не)осознаваемым поискам механизмов к самовыражению и приспособлению к социуму. С одной стороны, сама окружающая среда вынуждает гения искать способ самореализации (внешний фактор), с другой стороны, сам индивид управляет процессом (внутренний фактор). Безусловно, трансгрессию в воображаемый мир может осуществить и обычный человек. Но тайна гениальности связана именно с тем, что, осуществляя трансгрессию, подобная личность активно действует, то есть осуществляет творческий акт, проявляя «творческий дар и назначение, как трансцендентный феномен», как *самое само* и смысл бытия [Чернов 2013].

Именно трансгрессия позволяет личности субъективно расширить свое пространство, «убегая» в него ради отыскания импульсов к саморазвитию и творческому процессу. Гений, всякий раз «опережая себя на шаг, формирует свою личность, культуру и цивилизацию» [Козелецкий 2001: 18]. Трансгрессивный переход раскрывает перед взором личности определенное бытие и «утверждает эту беспредельность, в которую он пересекивает, открывая ее впервые существованию» [Фуко 1994: 118]. Здесь творец пытается осуществить *схватывание убегания бытия* (Ж. Батай) и



Ушел в другой мир. Просьба не беспокоить!

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CQTD3>

постичь его суть. Индивид получает в *по-ту-стороннем-состоянии-в-себе-самом* колossalный уникальный опыт, перенося его в реальность и отражая в художественном произведении, передающем определенную идею в эстетической форме. Идея произведения как *сверхъестественное внутреннее воздействие* (И. Кант) предшествует его существованию. Сама идея «одновременно и имманентна, и трансцендентна личности», «многомерна по возможностям своего приложения, многогранна по

смыслу, в ней заложенному, неисчерпаема по своему содержанию», служа «неиссякаемым источником для множества других идей» [Чернов 2018]. Проникая в воображаемом мире в сущность вещей, гений пытается донести знание о высших истинах и до других людей.

Феноменологический лаз в «кроличью нору» гения

В воображаемом мире как *опыте-предел* (М. Бланшо), куда гений попал посредством трансгрессии, он выстраивает «специфическую конструкцию-себя вне-(привычного) модуса», само-раскрываясь по-иному посредством истока-вдохновения, мига-импровизации-интуиции, одухотворения (просветления), вспышки-схватывания, действий-импровизаций, мета-формы-вовлеченностии [Спектор 2016]. В творческом акте трансгрессии художник видит мир в себе и себя в мире. Художник замыкается в себе, начиная игру с представляемыми ему возможностями в воображении как мире реально несуществующем для окружающих людей. Посредством трансгрессивного перехода личность приобщается к альтернативному видению бытия и знанию об этом. Творец становится *ведающим*, и свое *ведение* транслирует в произведении, содержание и форма которого определяются интенциональной жизнью. Трансгрессия помогает открыть (почувствовать/осознать) свое *назначение* как откровение, «зов, исходящий человеку от Бога»: оно суть «трансцендентный феномен, связанный с обнаружением, осознанием и принятием изначально заданного предназначения личности» [Чернов 2013]. При этом,

необходимо признать, что для художника воображаемые миры многофункциональны: это пространства переключения внимания, творческого поиска, неограниченной свободы, счастья, гармонии, защиты от негативного опыта. В этой связи Я. Козелецкий обоснованно считает, что гений осуществляет трансгрессию исторического типа, когда он «переходит границы личного мира отдельного человека», «переходит материальные и символические границы, которых до сих пор никто не перешел» [Пуфаль-Струзик 2002].

При этом особый интерес представляет время, когда гений научился осуществлять трансгрессивные переходы? Судя по всему, их освоение пришлось на ранний (детский или юношеский) период жизни, а причин перехода от реальности к воображаемым мирам довольно много: особенности личности, склонной к мечтаниям, разного рода травматические ситуации, неожиданно найденный (привлекательный) способ, раскрывающий перед внутренним взором вымышленные пространства. Осуществленный спонтанно/бессознательно переход в воображаемую сферу, понравившись человеку, заставляет его вновь повторять подобный опыт, но теперь уже осознанно. Практикуя трансгрессию, индивид всякий раз открывает для себя новые миры в воображении, используя их потенциал в своем творчестве. Впоследствии трансгрессивные шаги станут одним из ведущих творческих методов гения, играя важную роль в креативном процессе и помогая создавать произведения искусства. Практикуемую трансгрессию художника можно отнести к числу естественных

способов преодоления непреодолимого, помогая осуществить укоренение в бытие-в-мире. Странствие «на край возможности» [Батай 1997: 12] заставляет гения ярко ощущать и переживать свой внутренний опыт, регулярно практикуя его.

Трансгрессивный шаг художника свидетельствует о свободе его воли и наличии потенциала к творческой активности, что приводит к созданию нового и разрушению традиционного как старого. При этом, гений как человек-созидатель самоуправляем: «источник его действия содержится прежде всего в» нем самом, а «экстенсивная мотивация или спонтанные мысли в значительной мере влияют на его решения и поступки, на то, что он делает и чего избегает» [Пуфаль-Струзик 2002]. Воля художника, выступая в качестве движущей силы, способствует переходу в воображаемый мир и активности творца в виде энергийного поиска в нем идеи/образа/сюжета художественного произведения.

Гений обладает особым, созидательно-творческим умом. Являясь синтетическим, созерцательным и наивным, он «открывает в своих мыслеобразах смыслы и ценности, постигает иные духовные миры, создает универсалии духовной культуры» [Чернов 2013]. Ум гения, прозревая суть бытия, видит невидимое, отражая его в прекрасном. Обладая тончайшей восприимчивостью, созидательно-творческий ум гения способен проникать в самую глубину, суть вещей и явлений. Неслучайно творец обладает талантом сразу видеть идею целого, а не отдельных его частей. По мнению С. В. Чернова, ум гениальной личности наделен

«атрибутами парадоксальности, универсальности, вневременности» [Чернов 2013].

Художник особым образом организует деятельность своего ума, продуцирующего новое и оригинальное, но при этом универсальное для всех в виде прекрасного и возвышенного. Свобода проявлений ума творца приводит к парадоксальности рождаемых им идей, нескованных законами логического мышления и господствующими шаблонами культурно-исторической эпохи. Ум творца улавливает бесконечное в конечном, облекает в художественную форму («искусство в искусстве») и «создает конечное в бесконечном» [Чернов 2013]. Решая вечные вопросы



Как «вскрыть» созидательно-творческий ум гения?

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://vk.com/wall-115568549-744>

человечества, ум художника преодолевает границы времени, а его произведения носят вневременной характер, проникнутый философической поэтичностью. Умственное созерцание бытия неразрывно связано с *воображением*. Как справедливо заключают Е. А. Цветухина и Д. А. Толстиков, «созерцание только вкупе с воображением позволит преодолеть границы познания», потому что «в воображении Я и феномен сливаются», демонстрируя взаимосвязанность бытия («наблюдающий становится наблюдаемым, а познающий – познаемым») [Цветухина & Толстиков 2018: 43]. Благодаря воображению творец раздвигает границы и постигает смыслы бытия, которые не статичны, а подвижны, раскрывая каждый раз иную грань. Значимость воображения заключается в том, что его высвобождающая сила «творит и корректирует эти смыслы», способствуя «трансцендентальным переходам от воображения к смыслу, от смысла к сознанию, от сознания к явлению» [Цветухина & Толстиков 2018: 43].

Воображение как нечеткое когнитивное понятие (И. Викельгрен) оказывается показателем активности сознания и развитости наглядно-образного мышления индивида. «Через воображение осуществляется доступ к самости субъекта, включающей в себя как самотождественность, так и изменчивость» [Цветухина & Толстиков 2018: 43]. Но помимо доступа к Я воображение открывает и иное, связанное с бытием и прекрасным. Как отмечает Н. А. Кормин, «эстетическое недоступно для непосредственного наблюдения на метафизической поверхности,

однако оно составляет выразительный подтекст к метафизическому тексту, незаметно прорабатывается под этой поверхностью в некой универсальной непредметной мастерской различительного сознания» [Кормин 2022].

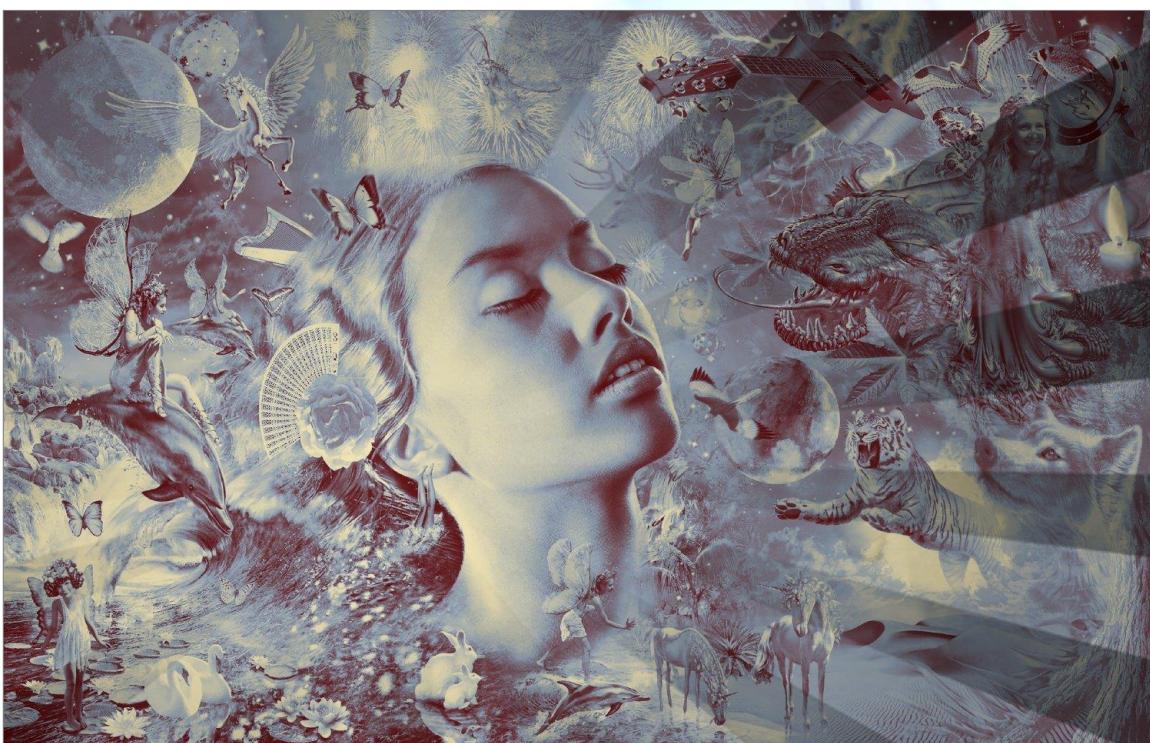
Центр воображения, включающий в себя двенадцать элементов, разбросан «по всей коре мозга человека» [Шлегель 2013]: «четыре ее ключевых элемента находятся в лобно-теменной доле, а остальные восемь распределены по всем другим отделам мозга, в том числе и в мозжечке, и соединены с центральной частью системы» [Шлегель 2013]. Подобное расположение позволяет воображению функционировать мобильно и гибко, меняя «свою конфигурацию при решении разных умственных задач» [Шлегель 2013]. Активность воображения, связанная с резкими волнообразными колебаниями (И. Викельгрен), помогает представить гению варианты будущего художественного произведения и способствует «ментальному моделированию, которое не привязано ко времени или месту» [Викельгрен 2023].

Воображение оказывается *оборотной стороной памяти* (И. Викельгрен) и зависит от нее, а «память – это форма воображения» [Викельгрен 2023]. Взаимосвязь между ними рождает цепочку нейронных событий, нередко закручивающихся произвольно, спонтанно. Нельзя представить новое без прошлого (опыта). Воспоминания способствуют извлечению важного/ценного/интересного с целью построения нового/небывшего, в том числе как *симуляций будущего* (И. Викельгрен). Но при этом «воображение исходит от нас самих, а

не от этой внешней реальности» [Викельгрен 2023]. Благодаря взаимодействию воображения с памятью осуществляется «объединение фрагментов опыта с эмоциями, внутренними комментариями и вещами, о которых люди читали или слышали» [Викельгрен 2023]. Важнейшее преимущество разума гения заключается в том, что он способен мгновенно вспоминать прошлое, моделировать из его элементов и рождать новое в виде шедевра искусства, обладающего смыслом. Дело в том, что «воображение обозначает не только воображаемое, но включает в себя набор смыслов (индивидуального и коллективного опыта, данных посредством истории), составляющих Я человека и которые возможно образить» [Цветухина & Толстиков 2018: 43].

Воображение непрерывно рождает новые миры. Для гения *воображаемый мир* есть ничто иное как (виртуальная) творческая лаборатория. В воображаемых мирах личность расширяет свои границы и приобщается к бытийствованию иного, нередко противоположного бытию-в-мире. Воображение связано с мыслительными процессами, благодаря которым рождается новая, оторванная от реальности картина, обладающая идеей. По справедливому замечанию С. В. Чернова, творческая идея «является важнейшим, а зачастую единственным стимулом реализации самой себя», обладая «признаками *абсолютной новизны и самой-себя-реализации*» [Чернов 2013], а также тотальным характером, вследствие чего «она обязательно и необходимо будет реализована» [Чернов 2013]. В воображаемых мирах художника «встречаются объекты, не имеющие словесного

определения либо из-за своей новизны или в силу ограниченности эрудиции человека» [Цветухина & Толстиков 2018: 42]. Но уникальный талант творца связан с переводом невербализуемого в художественную форму, высвечивающую философичную поэтичность произведения. «Созерцая идею, гений присваивает ей имя – раскрывает, определяет, именует идею и тем самым становится напрямую причастен к "становлению смыслового содержания духовной культуры"» [Чернов 2013], создавая метафизическую мудрость как ценность духовной культуры.



Назад в будущее или вперед в прошлое?

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
<https://triptonkosti.ru/2-kartinki/proizvolnoe-voobrazhenie-kartinki.html>

Интенсивно функционируя во время творческого процесса, воображение воспринимает различные импульсы и креативно преобразовывает их. Благодаря воображению сознание в

воображаемом мире осуществляет движение от одного образа к другому до тех пор, пока не отберет устраиваемый его вариант: «интенциональность <...> предназначена к <...> целесообразному созиданию» [Кант 1994: 234]. Результаты трансгрессивного опыта затем транспонируются в произведение искусства, демонстрирующего воображаемый мир в *статусе реально-существующего* (Д. М. Спектор).

В воображаемых мирах гений выстраивает модель своего будущего произведения, его образов, бесконечно играя разными деталями до тех пор, пока не найдет необходимой комбинации. Она оказывается новой, выходящей за существующие границы, что делает произведение искусства отличным от существующих. При погружении в воображаемые миры у гения оказываются задействованными все его ресурсы: эмоции, знания, опыт, интуиция, память, впечатления, творческая энергия, сознательное и бессознательное. Сознание творца интенсивно перерабатывает получаемую/имеющуюся информацию, (пере)структурируя ее, и делает выбор из возможных вариантов. При этом «интенциональность в процессе творчества по меньшей мере двояка: это и нацеленность художника на объект – модель (как реальную, так и воображаемую), и постоянная сверка с собственным внутренним состоянием (рефлексия как интенция вовнутрь)» [Ступин 2020: 27].

В основании такого рода выбора лежит эстетический вкус гения как субъективная способность, руководящая селекцией прекрасного в потоке сознания. И. Кант указывает, что момент

естетического суждения как выбора вкуса есть вполне естественная способность для гения: «эта операция рефлексии покажется слишком изощренной, сложной, чтобы приписывать ее способности, именуемой нами общим чувством; однако она лишь кажется таковой, когда ее выражают в абстрактных формулах; на самом деле нет ничего более естественного, чем абстрагирование от привлекательности или трогательности, когда ищут суждение, которое должно служить общим правилом» [Кант 1994: 166]. Специфика эстетического вкуса связана с *незаинтересованным благорасположением*. По этому поводу Л. Н. Соловьев заметил: «эстетическое отношение к любому явлению не может не быть бескорыстным» [Соловьев 1978: 26], поэтому «воспринимая его как прекрасное, человек не ждет от него личной выгоды или непосредственной утилитарной пользы» [Соловьев 1978: 26]. Благодаря собственному вкусу гений выбирает в воображаемых мирах понравившийся ему вариант и начинает с ним работать. Момент выбора из возможных вариантов принципиально важен: от него зависит шедевр, его форма и содержание.

Заметим, творческий опыт бывает как удачным, так и неудачным, свидетельствуя о том, что трансгрессия для гения таит в себе определенные риски, связанные с провалами. Более того, решение творческих задач при создании произведения искусства практически никогда не осуществляется за одно погружение в воображаемые миры. Гений, работая над художественным произведением, постоянно совершает трансгрессивные переходы в воображаемые миры, а его эстетическая рефлексия максимально

задействует все имеющиеся ресурсы (интуитивного, эмоционального, сознательного и бессознательного) характера.

Второй поворот ленты Мебиуса: трансгрессия, обернувшаяся эпатажем

Трансгрессивный переход как уход к границе и за границу дозволенного со стороны гения представляет собой определенный бунт (по А. Камю, метафизический бунт), интерпретируемый современниками как эпатаж. Подчеркнем, эпатаж гения есть «явление затратное, оно требует мобилизации многих ресурсов», связано с «серьезной предварительной аналитической работой эпатирующего субъекта по переосмыслению и новому видению проблемы», в результате чего «господствующие догмы <...> сразу отбрасываются» [Клейберг 2016: 102]. Ю. А. Клейберг определяет феномен как «запланированное, экстраординарное, самодостаточное нарушение общепринятых норм за рамками традиционного восприятия, имеющее своей целью привлечение внимания к продукту или услуге и развитие восприятия продукта или услуги с точки зрения новаторства и уверенного превосходства над конкурирующими продуктами и услугами» [Клейберг 2016: 94].

Однако подобное определение довольно современно. Оно более характерно для искусства, начиная с эпохи модерна, и массовой культуры, базирующейся на монетизации (медийной) личностью своего эпатажного поведения. Другое дело эпатаж гения как трансгрессивной личности. По нашему мнению, он оказывается не сознательно организованной акцией, а

имманентным свойством личности, которое она открывает в себе стихийно и осуществляет ради творчества. Это высвечиваемая в жизнедеятельности художника **эстетическая провокация** (А. Флакер) обусловлена его трансгрессией как переходом в воображаемый мир. Пребывая в воображаемом мире, творец начинает вести себя соответственно ему.

Рассуждая об эпаже, Ю. А. Клейберг называет такую его черту как открытая, публичная демонстративность. Соглашаясь с демонстративностью, мы все-таки подчеркнем, что она у гения не постановочная, а неразрывно связанная с его трансгрессивностью. Эпаж гения не «ориентирован на целевую аудиторию», где «важно место, время, окружение» и он «доступен только один раз» [Клейберг 2016: 98]. Творцу не нужна целевая аудитория. Его шокирующие проявления не театральны, а естественны, поэтому они представляют собой его постоянные характеристики, становящиеся элементами стиля. Художник живет по своим правилам, согласно субъективной потребности, обусловленной творчеством. Он не «действует в режиме настоящего времени "здесь и сейчас", чтобы произвести внешний эффект, ошараширить и поразить» [Клейберг 2016: 97].

Его здесь и сейчас в творческом процессе обращены в *по-ту-стороннее-состояние-в-себе-самом*, в мир собственного воображения, где гений обнаруживает ценности и смыслы рождаемого произведения искусства. Сама погруженность в себя, зачастую выглядящая как отстраненность, и сопряженные с ней



Задаем тон бытия: всем равняться на эпатаж Сальвадора Дали!

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://ru.pinterest.com/pin/689613761673318145/>

алгоритмы, эмоции и действия, а также проговариваемые идеи и демонстрируемые произведения, внешне, со стороны выглядят странными/чудными/скандальными. В них обнаруживается отклонение от существующих социальных и культурных норм, что практически всегда шокирует людей.

Озарения художника «в дым разрушают незыблевые, казалось бы, логичные и стройные построения, прочно укоренённые в умах множества других людей» [Чернов 2013]. Гений ломает привычные социальные рамки, изменяя формы мышления/действий/эмоций. Для художника в творческом процессе, осуществляемом в себе, не существует ограничений, и этот факт проявляется объективно: гений в своих внешних алгоритмах игнорирует препятствия. «Мир во всем его многообразии, отраженный и переработанный в сознании гения, не может не вырваться наружу» [Чернов 2013]. Своими шокирующими проявлениями и произведениями гений нарушает социальные и культурные границы, игнорирует существующие авторитетные образ(ц)ы, разрушает существующие формы в искусстве. В этом, собственно, и заключается суть его эпатажа.

Провокативность гения как трансгрессивной личности связана с тем, что его универсальные идеи, связи между ними и с явлениями бытия новы, не имеют аналогов и непонятны современным людям. Как справедливо замечает Ю. А. Клейберг, «Библия эпатажа – недоступность для других» [Клейберг 2016: 98]. Никто не способен проникнуть во внутренний мир художника и его воображаемые пространства. Творец предлагает иную оптику

мировидения, ломая каноны и не объясняя сотворенное/познанное им. Он словно намеренно вводит людей в замешательство, ставит подножку (заметим, слово эпатаж происходит от французского *épatage*, что и переводится как «подставить подножку»). Вы(с)казанная художником в произведении идея и ее оформление, сама манера преподнесения и поведение автора шокируют современников, приводят их в изумление. «Та мера осознанности явлений, тот уровень проникновения гения в их сущность, та глубина постижения решаемой им проблемы еще долго могут оставаться недоступными для понимания и принятия этого другими людьми, и тогда общество отвергает гения и его творения» [Чернов 2013]. Социальное неприятие, как правило, и имеет своим истоком эпатажность и провокативность художника как трансгрессивной личности.

Заметим, что сам по себе эпатаж неоднозначен. С точки зрения социальной психологии, он вообще деструктивен, что способно приводить «к конфронтации или даже открытому конфликту в существующей системе традиционных норм морали и права» [Клейберг 2016: 96]. Но с точки зрения искусства, эпатаж гения, несомненно, можно отнести к числу позитивных феноменов: как раз во многом благодаря нарушению норм искусства рождается необычное и новое, намечая траекторию дальнейшего развития в мире художеств. В связи с этим необходимо признать, что эпатаж гения как трансгрессивной личности несет в себе мощный конструктивный потенциал, обнаруживаемый чаще всего только в будущем. Не современники, а следующие поколения

людей оказываются способными оценить произведения гения, что свидетельствует о формировании новых ценностных доминант и его вкладе в духовную культуру человечества.



Внимание! В аллее гениев еще остались свободные места!

Присоединиться никто не желает?..

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/2Vvh>

Необходимо признать, гений счастлив в творческом процессе, в своих трансгрессивных переходах и несчастлив в социальном окружении. Счастье художника заключается в том, что он занимается любимым делом – творчеством, создавая новое. Его

шедевр является результатом трансгрессии из реальности в воображаемый мир. «Чем больше вложения психической энергии в процесс созидания, тем больше уровень удовлетворения» [Барменков 2017]: «при достижении результатов в работе у человека постепенно формируется понимание ценности самого себя» [Барменков 2017]. Изменяя течение искусства, шедевр и работа над ним способствуют внутренним трансформациям художника. Он постоянно осуществляет внутренний контроль над творческим процессом и вносит корректизы в создаваемое произведение искусства, пытаясь сделать его более совершенным и максимально приближенным к идеалам красоты.

Третий поворот ленты Мебиуса: эпатах гения, определяющий будущее. (Вместо заключения)

Ключевым экзистенциалом бытия гения можно назвать творчество. В процессе создания произведений искусства художник осуществляет трансгрессию между реальным и воображаемым мирами, что позволяет назвать его трансгрессивной личностью, а саму трансгрессию – неповторимым опытом и ценностью бытия-в-мире. Именно переход в воображаемый мир раскрывает перед творцом трансцендентную картину, что способствует проникновению в суть бытия, саморазвитию индивида, интенсивному поиску творческих идей и рождению шедевра. Созерцая воображаемый мир, художник соединяется с ним. Само воображение онтологически задано гению, обладает творческим и познавательным потенциалом,

позволяя в условиях трансгрессии увидеть новое, прекрасное и уникальное. Трансгрессия оказывается мощным творческим методом художника, помогая ему уйти из реальности в воображаемые миры, найти идею/образ/сюжет и сформировать драматургию развития, воплотив в художественном произведении.

Деятельность творца одновременно олицетворяет созидание художественного мира и разрушение общепринятых в искусстве в этом периоде границ. Трансгрессивный опыт гения как волевой акт подразумевает его активность и вовлеченность. Он, изменяя художника внутренне и приобщая его к новым смыслам, помогает сделать жизнь более насыщенной и полной. Но в социальном окружении гений характеризуется как эпатажная личность. Его мысли, действия и произведения искусства шокируют окружающих людей, выступая в качестве элементов эпатажа. Именно они оказывают мощное впечатление на людей, играя роль *мягкой силы*, и со временем становятся нормой, ложась в основу социального поведения и коммуникации.

Результаты трансгрессивных переходов, воплощенные творцом в художественных произведениях, существенно влияют на эволюцию культуры/искусства и совершенствование людей. Другое дело, что современники нередко подвергают гения осмеянию/осуждению за нестандартность его мышления и «странные» с их точки зрения произведения искусства. В этом-то и заключается парадокс бытия гения. Он может быть счастлив только в творчестве, в своих трансгрессивных переходах в воображаемые миры и страдает среди людей из-за непонятости.

Литература

- Барменков, Е. (2017). Лестница успеха. Почему деньги не делают нас счастливыми. *Форбс*. Режим доступа: <http://www.forbes.ru/karera-i-svoi-biznes/353527-lestnica-uspeha-pochemu-dengi-ne-delayut-nas-schastlivymi> (дата обращения: 15.05.2024).
- Батай, Ж. (1997). Внутренний опыт. Санкт-Петербург: Аксиома Мифрил.
- Батай, Ж. (2000). Жертвоприношения. *Locus Solus: Антология литературного авангарда XX века* (стр. 101–110). Санкт-Петербург: Амфора.
- Батай, Ж. (2007). История эротизма. Москва: Логос.
- Бобриков, С. А. (2012). Статус творчества в экзистенциальном пространстве человека. *Царскосельские чтения*, 205–209.
- Викельгрен, И. (2023). Где живет воображение в вашем мозгу. *Return & Refund Policy*. Режим доступа: <https://lyl.su/rg4K> (дата обращения: 17.05.2024).
- Задорожнюк, И. А. (2000). Творчество. Человек. Философско-энциклопедический словарь. Москва: Наука.
- Кант, И. (1994). Критика способности суждения. Москва: Искусство.
- Клейберг, Ю. А. (2016). Креативная девиантология. Москва: ИИУ МГОУ.
- Кормин, Н. А. (2022). И. Кант: как возможно эстетическое? *Философия и культура*, 4, 60–112. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/i-kant-kak-vozmozhno-esteticheskoe> (дата обращения: 20.05.2024). <https://doi.org/10.7256/2454-0757.2022.4.37815>
- Маленко, С. А. (2022). Высокая концентрация впечатлений: чувства, образы, идеи. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(1), 09–13. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1\(1\)-09-13](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1(1)-09-13)
- Платон. Пир. *История Древнего Рима*. Режим доступа: <https://lyl.su/75AD> (дата обращения: 25.05.2024).
- Пуфаль-Струзик, И. (2002). Творческий путь в "трансгрессивной концепции личности" Я. Козелецкого. *Психологическая наука и образование*, 7(2), 76–85. Режим доступа: https://psyjournals.ru/journals/pse/archive/2002_n2/Pufal_Struznik (дата обращения: 25.05.2024).
- Спектор, Д. М. (2016). Обреченность и трансгрессия. Ж. Батай. *Психолог*, 40–52. Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=19702 (дата обращения: 28.05.2024).
- Столович, Л. Н. (1978). *Философия красоты*. Москва: Политиздат.
- Ступин, С. С. (2020). Homo faber. Креативность как экзистенциал человеческого бытия. *Художественная культура*, 2, 8–31.
- Фуко, М. (1994). О трансгрессии. *Танатография Эроса: Жорж Батай и французская мысль середины XX века* (стр. 111–132). Санкт-Петербург: Мифрил.
- Цветухина, Е. А., & Толстиков, Д. А. (2018). К возможности феноменологии воображения. *Вестник Омского педагогического университета. Гуманитарные исследования*, 2(19), 41–43.

- Чернов, С. В. (2013). Проблема гениальности в контексте философской антропологии. *Философия и культура*, 12, 1757–1769. Режим доступа: <https://www.institutnpo.ru/science/publikatsii/articles/89-problema-genialnosti-v-kontekste-filosofskoj-antropologii> (дата обращения: 29.05.2024).
- Чернов, С. В. (2018). Триадическая диалектика гениальности. *Философская школа*, 6. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/triadicheskaya-dialektika-genialnosti> (дата обращения: 11.05.2024).
- Шлегель, А. (2013). Нейрофизиологи составили карту "центра воображения" в мозге человека. *РИА Новости*. Режим доступа: <https://ria.ru/20130916/963614750.html> (дата обращения: 12.05.2024).
- Яковлева, Е. Л. (2023). Экзистенциально-феноменологический подход к пониманию творческого процесса. *Человек. Культура. Образование*, 3, 101–119. <https://doi.org/10.34130/2233-1277-2023-3-101>
- Kozielecki, J. (2001). *Psychotransgresjonizm: nowy kierunek psychologii*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.

Информация об авторе

Яковлева Елена Людвиговна – доктор философских наук, профессор, заведующая кафедрой философии и социально-политических дисциплин, Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирясова (Россия, 420111, г. Казань, ул. Московская, д. 42), ORCID: 0000-0002-4940-604X, mifoigra@mail.ru

IS A GENIUS WHO TURNS OUT TO BE A TRANSGRESSIVE PERSON SHOCKING?

Elena Iakovleva

Abstract. The object of the study was a genius from the world of art. The research methods were phenomenological and existential ones. Based on them, the author tries to understand the mechanisms that became the source of the emergence of the masterpiece as new, spiritually significant for humanity. Creativity, being the true existential of the artist's existence, contributes to his transitions into imaginary worlds. This fact allows us to call a genius a transgressive personality. As a free and volitional act, transgression takes place within the person, involving them in imaginary worlds. The creative mind of a genius, through contemplation and imagination, perceiving various impulses and creatively transforming them, expands spaces, making it possible to touch the essence of existence and convey what is known in a work of art. Transgressive transition for the creator turns out to be a natural practice, allowing one to go beyond the boundaries of what is permitted. But from the outside, the genius, his ideas, emotions, actions and works look provocative, which allows them to be characterized as shocking. Breaking social norms and shocking people around,

the genius and their outrageousness outline new paths for the development of art.

Keywords: genius, creativity, transgressive personality, transgression, creative mind, imagination, imaginary world, aesthetic taste, outrageous.

References

- Barmenkov, E. (2017). Lestnica uspeha. Pochemu den'gi ne delajut nas schastlivymi [The ladder of success. Why money doesn't make us happy.]. *Forbs* [Forbes]. Available at: <http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/353527-lestnicauspeha-pochemu-dengi-ne-delayut-nas-schastlivymi> (accessed: 21.05.2024). (In Russ.).
- Bataj, Zh. (1997). *Vnutrennij opyt* [Internal experience]. Saint-Petersburg: The Axiom of Mithril Publ. (In Russ.).
- Bataj, Zh. (2000). Zhertvoprinoshenija [Sacrifices]. *Locus Solus: Antologija literaturnogo avangarda XX veka* [Locus Solus: An anthology of the literary avant-garde of the twentieth century] (pp. 101-110). Saint-Petersburg: Amphora Publ. (In Russ.).
- Bataj, Zh. (2007). *Istorija jerotizma* [The history of eroticism]. Moscow: The logo Publ. (In Russ.).
- Bobrikov, S. A. (2012). Status tvorchestva v jekzistencial'nom prostranstve cheloveka [The status of creativity in the existential space of man]. *Carskose'skie chtenija* [Tsarskoye Selo readings], 205–209. (In Russ.).
- Chernov, S. V. (2013). Problema genial'nosti v kontekste filosofskoj antropologii [The problem of genius in the context of philosophical anthropology]. *Filosofija i kul'tura* [Philosophy and Culture], 12, 1757–1769. Available at: <https://www.institutnpo.ru/science/publikatsii/articles/89-problema-genialnosti-v-kontekste-filosofskoj-antropologii> (accessed: 21.05.2024). (In Russ.).
- Chernov, S. V. (2018). Triadicheskaja dialektika genial'nosti [The triadic dialectic of genius]. *Filosofskaja shkola* [Philosophical School], 6. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/triadicheskaya-dialektika-genialnosti> (accessed: 21.05.2024). (In Russ.).
- Cvetuhina, E. A., & Tolstikov, D. A. (2018). K vozmozhnosti fenomenologii voobrazhenija [Towards the possibility of a phenomenology of imagination]. *Vestnik Omskogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovanija* [Bulletin of Omsk Pedagogical University. Humanitarian Studies], 2(19), 41–43. (In Russ.).
- Fuko, M. (1994). O transgressii [About transgression]. *Tanatografija Jerosa: Zhorzh Bataj i francuzskaja mys' serediny XX veka* [The Thanatography of Eros: Georges Bataille and French Thought of the mid-twentieth century] (pp. 111–132). Saint-Petersburg: Mithril Publ. (In Russ.).

- Jakovleva, E. L. (2023). Jekzistencial'no-fenomenologicheskij podhod k ponimaniju tvorcheskogo processa [An existential-phenomenological approach to understanding the creative process]. *Chelovek. Kul'tura. Obrazovanie* [Human. Culture. Education], 3, 101–119. (In Russ.).
<https://doi.org/10.34130/2233-1277-2023-3-101>
- Kant, I. (1994). *Kritika sposobnosti suzhdenija* [Criticism of the faculty of judgment]. Moscow: Art Publ. (In Russ.).
- Klejberg, Ju. A. (2016). *Kreativnaja deviantologija* [Creative deviantology]. Moscow: Information and Publishing Department of Moscow State Regional University. (In Russ.).
- Kormin, N. A. (2022). I. Kant: kak vozmozhno jesteticheskoe? [I. Kant: how is aesthetic possible?]. *Filosofija i kul'tura* [Philosophy and Culture], 4, 60–112. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/i-kant-kak-vozmozhno-jesteticheskoe> (accessed: 21.05.2024). (In Russ.).
<https://doi.org/10.7256/2454-0757.2022.4.37815>
- Kozielecki, J. (2001). Psychotransgresjonizm: nowy kierunek psychologii. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Malenko, S. A. (2022). Vysokaja koncentracija vpechatlenij: chuvstva, obrazy, idei. [High concentration of impressions: feelings, images, ideas]. *Industrii vpechatlenij. Tehnologii sociokul'turnyh issledovanij (EISCRT)* [Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)], 1(1), 09–13.
[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1\(1\)-09-13](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1(1)-09-13) (In Russ.).
- Platon. Pir [Feast]. *Istorija Drevnego Rima* [The History of Ancient Rome]. Available at: <https://lyl.su/75AD> (accessed: 21.05.2024). (In Russ.).
- Pufal'-Struzik, I. (2002). Tvorcheskij put' v "transgressivnoj koncepcii lichnosti" Ja. Kozeleckogo [The creative path in the "transgressive concept of personality" by Y. Kozeletsky]. *Psichologicheskaja nauka i obrazovanie* [Psychological Science and Education], 7(2), 76–85. Available at: https://psyjournals.ru/journals/pse/archive/2002_n2/Pufal_Struznik (accessed: 21.05.2024). (In Russ.).
- Shlegel', A. (2013). Nejrofiziologi sostavili kartu "centra voobrazhenija" v mozge cheloveka [Neurophysiologists have mapped the "center of imagination" in the human brain]. *R/A Novosti* [RIA News]. Available at: <https://ria.ru/20130916/963614750.html> (accessed: 21.05.2024). (In Russ.).
- Spektor, D. M. (2016). Obrechennost' i transgressija. Zh. Bataj [Doom and transgression. J. Bataille]. *Psiholog* [Psychologist], 40–52. Available at: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=19702 (accessed: 21.05.2024). (In Russ.).
- Stolovich, L. N. (1978). *Filosofija krasoty* [The philosophy of beauty]. Moscow: Politizdat. (In Russ.).

- Stupin, S. S. (2020). Homo faber. Kreativnost' kak jekzistencial chelovecheskogo bytija [Homo faber. Creativity as an existential of human existence]. *Hudozhestvennaja kul'tura* [Art Culture], 2, 8–31.
- Vikel'gren, I. (2023). Gde zhivet voobrazhenie v vashem mozgu [Where the imagination lives in your brain]. *Return & Refund Policy*. Available at: <https://lyl.su/rg4K> (accessed: 21.05.2024). (In Russ).
- Zadorozhnjuk, I. A. (2000). *Tvorchestvo* [Creation]. *Chelovek. Filosofsko-jenciklopedicheskij slovar'* [Human. Philosophical and encyclopedic dictionary]. Moscow: Nauka Publ. (In Russ).

Author's information

Iakovleva Elena Ludvigovna – Doctor of Philosophy Sciences, professor, Head of the Department of Philosophy and Socio-Political Disciplines, Kazan Innovative University named after V.G. Timiryasov (42, Moskovskaya str., Kazan, 420111, Russia), ORCID: 0000-0002-4940-604X, mifoigra@mail.ru

For citation:

Iakovleva, E. L. (2024). Is a genius who turns out to be a transgressive person shocking? *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 117-152. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-117-152](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-117-152)

традиция

УДК: 82.09

5.10.1. Теория и история культуры, искусства

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-154-197](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-154-197)

ЖЕНСКИЙ РОМАН – ЛИТЕРАТУРА, МАКУЛАТУРА И... ПСИХОЛОГИЯ



Андрей Буровский,
ООО «КИФАБ»
(Санкт-Петербург,
Россия).

Andrey Burovsky,
KIFAB LLC
(Saint-Petersburg,
Russia).

ORCID: 0000-0003-4225-8635
e-mail: burovsky@mail.ru

Для цитирования статьи:

Буровский, А. М. (2024). Женский роман – литература, макултура и... психология. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 154-197. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-154-197](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-154-197)

Аннотация. В традиционном женском романе, как значимом жанре индустрии впечатлений, очень откровенно провозглашается система взглядов и ценностей, существенно расходящаяся с системой ценностей мужской части населения. Конец XX столетия ознаменовался формированием различных систем ценностей в женских романах. При этом одна из подобных систем ценностей, скорее всего, приближается к «мужской», тогда как другая явно смыкается с массовой культурой. Традиционный женский роман всегда

характеризуется достаточно типичным набором очень похожих героев. Они могут быть фатально непохожи друг на друга внешне, но всегда выполняют одну и ту же смысловую функцию. Например, у главной героини кроме неизменного преследователя, и постоянно обнаруживается бескорыстный помощник. При этом личные качества мужчины в дамских романах традиционно не имеют никакого значения. Главный герой, выполняя функцию объекта великой любви главной героини, тем не менее, никогда не бывает выдающейся личностью. По существу, ничем серьезным он в жизни как правило тоже не занят. При этом он всегда материально обеспечен и всегда неприкаян. В итоге, если он даже и женат, то на стерве. Но самое главное состоит в том, что роман с ним – целиком и полностью выбор и решение главной героини.

Ключевые слова: роман, женский роман, культура, отношения, массовая культура, индустрии впечатлений, популярная литература, культовые романы, главные герои, персонажи, экстраполяции.

Самый востребованный жанр... И порожденные им вопросы...

Женские романы составляют, по разным подсчетам, от 55 до 70 % всех продаваемых книг – на всех языках европейских народов, включая ирландский и финский.

По статистике до 70 % всех покупателей книг – женщины возрасте 30-55 лет. Обобщенный «портрет» наиболее характерной читательницы современного мира – одинокая, хорошо образованная женщина с одним или двумя детьми.

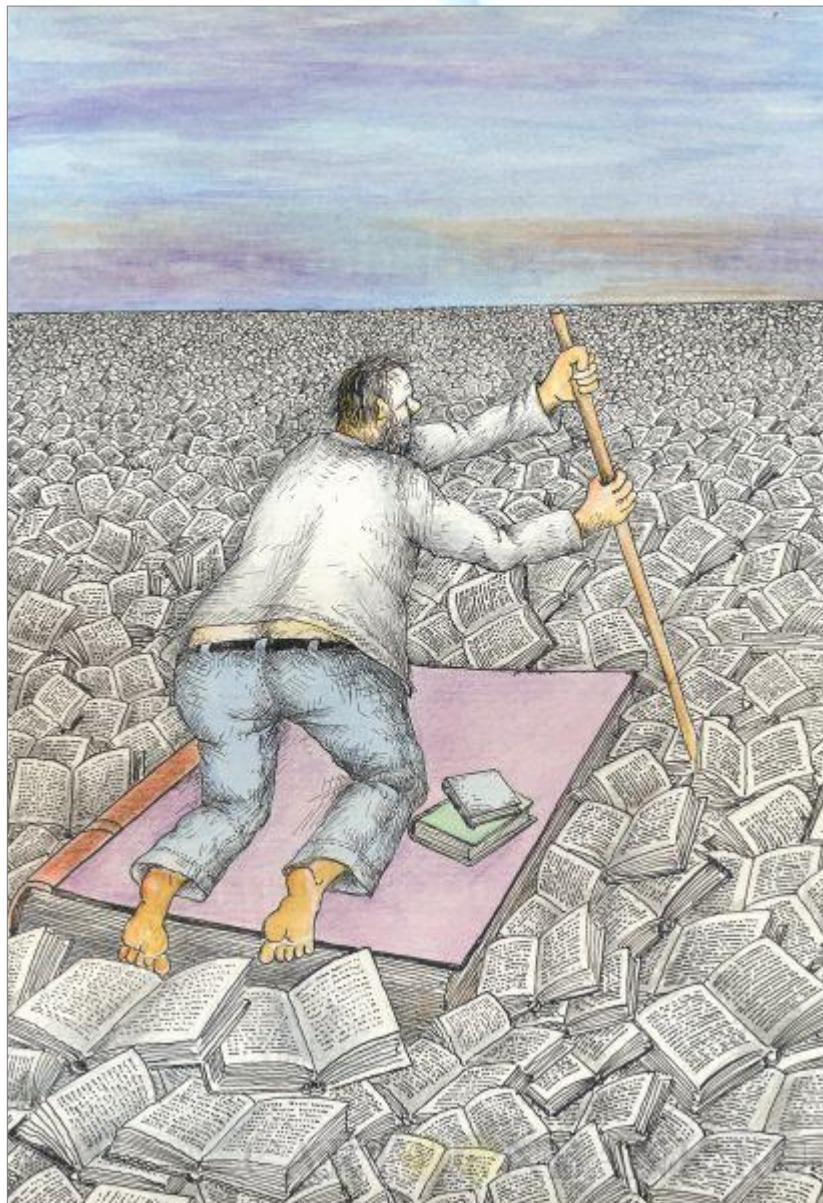
«Дамское чтиво» традиционно полагается высокомерно высмеивать, хотя многие произведения жанра заслуженно включены в золотой фонд мировой классики. Дешевеньким бульварным романам российский поэт-сатирик Тимур Шаов посвятил забавную песенку, которая так и называется: «Любовное чтиво».



Море женских романов... Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
<https://au.ru/auction/literatura/fiction/>

Но смеяся или нет, а женский роман – самый востребованный жанр, уверенно собирающий больше читателей и покупателей, чем детектив, психологическая драма, семейная сага, а тем более чем психологический роман или философские эссе.

По-видимому, этот жанр очень сильно соответствует каким-то глубинным установкам и отражает массовые психологические стереотипы, представления, а быть может – повальная любовь к нему выступает и проявлением скрытых инстинктивных программ.



...И как прикажете выплыть в этом море?! Анчуков Иван. Карикатура №890919. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://www.anekdot.ru/id/890919/>

Женщины – о мужчинах и о... женщинах

Сразу оговоримся: женский роман – это совсем не то, что пишется женщинами. И романы Сары Филдинг, и «Овод» Этель Лилиан Войнич [Войнич 2022] написаны о мужчинах; они написаны так, как пишут мужчины. Ничуть не слабее писать о мужчинах и мужских делах получается и у современной петербурженки Юлии

Андреевой [Андреева 2018; Андреева 2018; Андреева 2022]. Впрочем, примеры бесконечны.

Женский роман – даже далеко не всё, что пишется женщинами о женщинах. В трилогии Фриды Вигдоровой о Карабанове только одна, третья повесть, ведется от имени женщины. По тональности, духу и фразеологии она ничем не отличается от первых двух [Вигдорова 1965]. У той же Войнич произведение «Сними обувь свою» написано так же, как «Овод» [Войнич 2012].

Наверное, точнее всего определить женский роман как произведение, написанное женщиной о женской судьбе и женских проблемах. Или о том, что традиционно считается женскими проблемами: любовь, отношения, замужество, материнство.

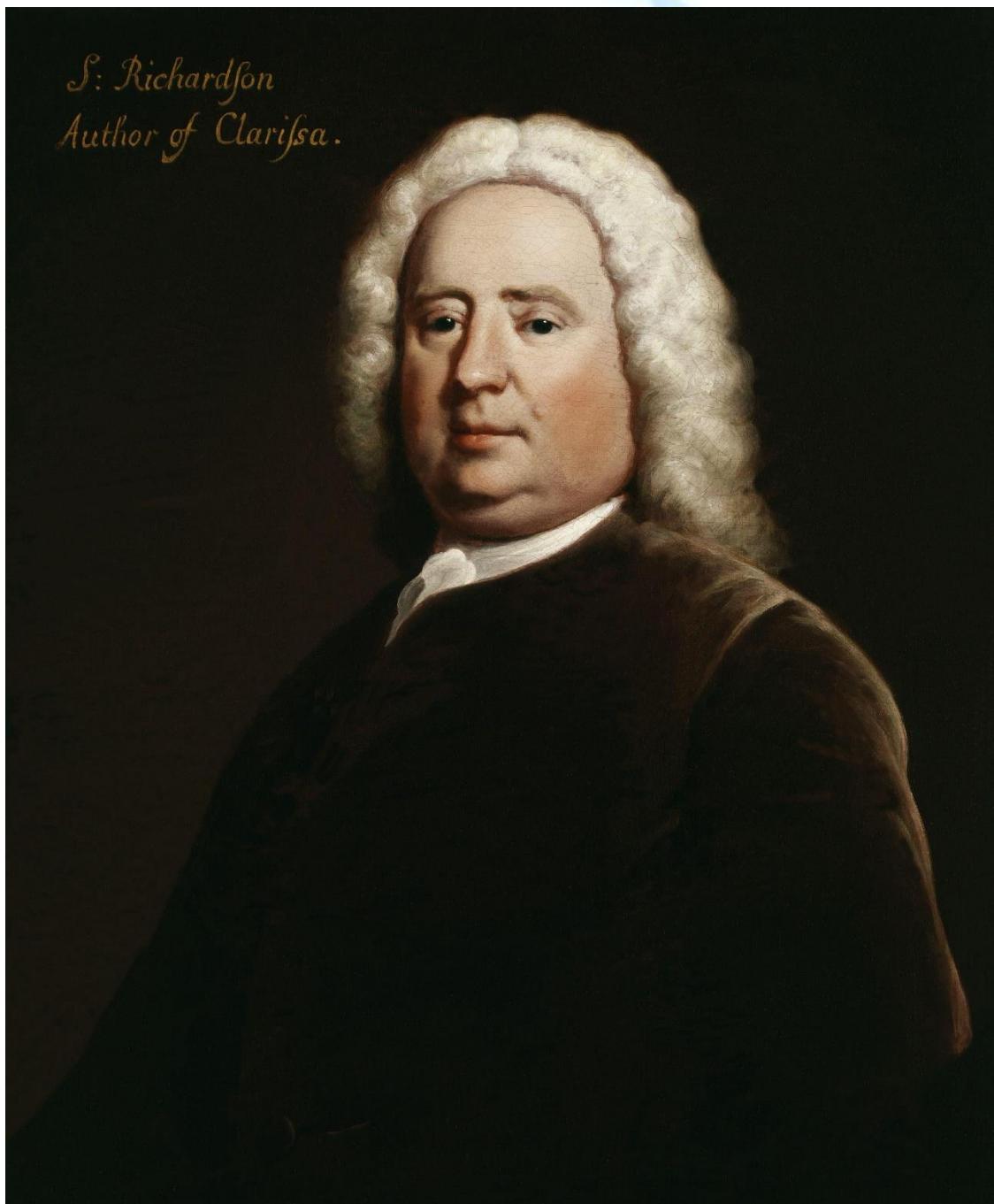
Итак, женский роман – это роман о женской судьбе.

Неужели это все пишут женщины?!

Теоретически женский роман может написать и мужчина. Часто создателем женского романа и любовного романа называют Сэмюэля Ричардсона (1694-1761).

В его невероятно назидательном романе «Памела, или Вознагражденная добродетель» (1740) действительно описывается судьба скромной и добродетельной до идиотизма «простой девушки» Памелы Эндрюз. Она отвергает «непристойные» поползновения своего нанимателя, но в конце концов все-таки выходит за него замуж [Рипли 1992].

Роман положил начало множеству подражаний и «продолжений», но основную славу этого произведения, помимо прописной морали составили описания многократных покушений



Сэмюэль Ричардсон. Хаймор Дж., около 1740 Изображение размещено в свободном доступе на платформе: https://www.pristinegrace.org/images/authors/Samuel_Richardson_by_Joseph_Highmore.jpg

коварного сквайра Б. на честь Памелы. Многие читатели были в восторге: ведь автор сообщил им поистине виртуозные способы соблазнения.



До чего любили падать в обморок героини женских романов!

Может дело в корсетах? Чуть заволновалась дыхание участилось... А корсет-то дышать не позволяет... Готово – обморок! Хаймор Дж. Обморок Памелы (1743 год). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/hoeH>

С тем же успехом можно считать основателем подобного жанра и Джона Клеланда (1709–1789), который в 1748 году опубликовал порнографический роман «Фанни Хилл: Мемуары женщины для утех» [Клеланд 1993]. Книга веселая и оптимистичная.

Главная героиня в конце концов все-таки находит великую любовь. К слову, ни один роман Клеланда, а он написал их восемь, никогда не был настолько популярен, как этот!

Книгу запрещали, публиковали без имени автора... И не удивительно: работа борделя и деятельность проституток описаны максимально детально и во всех подробностях. Среди прочего он живописал и садомазохистские игрища.



Очень современный рисунок и очевидно современному тексту.

Это отсталые типы XVIII века намекали, что Джону Клеланду потребны советы врача из тех, что заняты душевными болезнями.

Апрель Э.Г. *Fanny whips Mr. Barville*. Иллюстрация к роману Клеланда (1907 г.). Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b2/%C3%89douard-Henri_Avril_%288%29.jpg

Впрочем, врач того времени всерьез посоветовал бы Клеланду (и его героям) побольше гулять на свежем воздухе, уменьшить ежедневные дозы виски и завести какое-нибудь полезное хобби. Со своей стороны добавим только одно: Клеланду следовало бы еще обзавестись толковой женщиной... Ну, а потом уже начинать писать свои романы...

Но и это роман – взгляд на женскую судьбу все-таки не изнутри, а со стороны.

То, что мы теперь называем «женским романом», создавалось Джейн Остин, затем сестрами Бронте вовсе не как особый жанр. Дамы XVIII–XIX веков естественным образом писали о том, что они хорошо знали и что больше всего занимало их мысли.

Женский роман начался как жанр, впервые в истории ставящий в центр повествования именно женскую судьбу. Но, и как произведение, которое, во-первых, вовсе не сводится к «женской» тематике. В женском романе могут решаться самые различные вопросы, волнующие авторессу.

Во-вторых, женский роман, и это следует, безусловно, признать, состоялся как великолепное дополнение традиционной «мужской» литературы.

И действительно, авторесс мало занимает то, что положено в основу классически «мужской» литературы: вопросы внешней политики, войн, придворных интриг или же слияния/поглощения торговых компаний.

Зато их остро интересуют личные качества людей, их отношения и быт. Только в этом отношении женский роман

сближается с «мужским»: если в центре внимания оказывается становление человеческой личности. Превращение «непослушной» и «лживой» Джен Эйр во взрослую девочку и женщину – точно такой же «роман воспитания», как «Подросток» Фёдора Достоевского или же «Свет погас» Киплинга.

Вообще же внимание к отношениям людей и к быту позволяют основательницам жанра в совершенно особом ракурсе показать «недобрую» старую Англию – мрачные каменные сараи, красиво именуемые «замками» или «домами джентльменов»; ее сырье, холодные спальни, вынуждающие и дам потчевать себя пивом – раз уж виски и джин считается пить неприличным; полотняные или фланелевыеочные рубашки (в спальнях то около нуля!), посуда, еда и повседневный быт.

В сочинениях Джейн Остин [Остин 2023] и Шарлотты Бронте [Бронте 1958] предстает настолько страшненькоекаствое общество, помешанное на материальном и такие дикие нравы, что читателям и критикам остается только ужасаться.

Конечно, писались эти повествования о сравнительно мирных, неторопливых временах, но и в них ставятся многие острые вопросы – особенно в поразительно мрачном «Грозовом перевале» Эмилии Бронте [Бронте 2021].

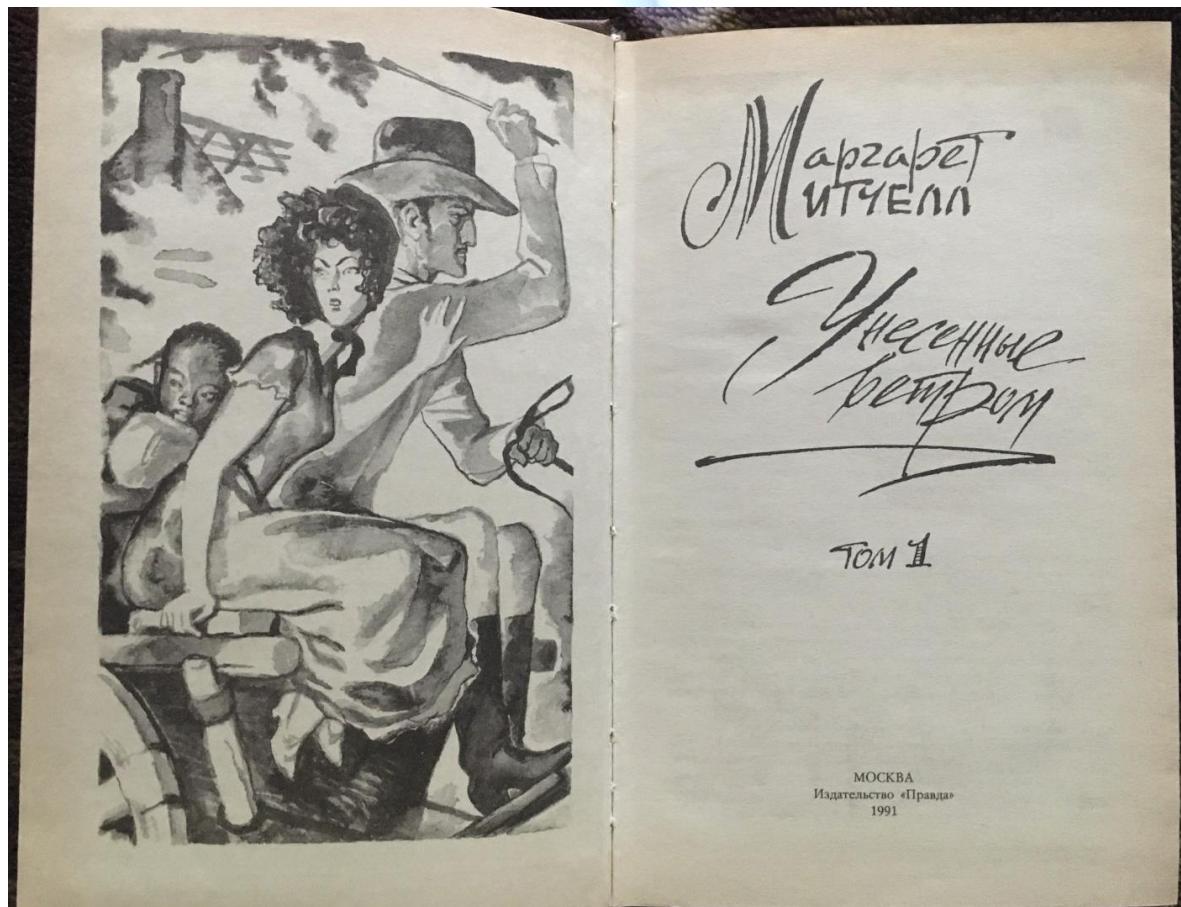
Точно так же у Маргарет Митчелл совершенно блистательно изображены блюда, поедаемые плантаторами на Юге Соединенных Штатов XIX века, способы их подачи, быт и поведение людей [Митчелл 1982]. Перед читателем предстаёт эпоха, страна и народ.

Как и Австралия в романе Колин Маккалоу [Маккалоу 2022].

Так же точно мы видим детали жизни и быта средневековой Скандинавии через роман Сигрид Унсет [Унсет 1992]. Причем копье



Эта иллюстрация Фрица Эйхенберга (Fritz Eichenberg) поразительно точно передает жуть и тоску «Грозового перевала». Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
<https://magisteria.ru/metaphysics-of-european-novel/wuthering-heights>



На этой иллюстрации Ремм Батлер в очередной раз спасает «Главную Героиню»..., которую спасать следует в основном от самой себя. Но это бегство на фоне пожаров... Сразу видно – книга не только о любовных «приключениях»... Дурасов Л. Иллюстрация к книге Митчелл М. «Унесенные ветром». Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/3Hwv>

и топор писательница описывает намного менее подробно, чем устройство очага, способы варения пива и разделку бараньей туши. Из её книги не очень понятно, как именно пашут и сеют главные герои, но известно, что нательная рубашка, надевавшаяся под платье, застегивалась на множество пуговок, и что общество особенно осуждало добрачную связь, если помолвка уже состоялась («не могли подождать!»).

Марина Цветаева считала, что «Кристин, дочь Лавранса», – «лучшее, что написано о женской доле. Перед ней „Анна Каренина“ – эпизод» [Кресикова 2013].

Но роман Сигрид Унсет – вовсе не только о «женской доле», тем более это же можно отнести и к «Унесенным ветром».

Женский роман XIX – первой половины XX века воистину создают подлинные «дочери» своих обществ. Они решают принципиально те же вопросы, ставят те же проблемы: но осмысливая их иначе, – через призму быта и отношений.

Но вот как-то раз, одна современная писательница попыталась продолжить и завершить «хэппи эндом» «Унесенных ветром» и любой ценой счастливо завершить историю Реда Баттлера и Скарлетт. И тут же, почти что против собственной воли, авторесса делает частью сюжета достаточно трагичный эпизод истории ирландского народа [Осипцова 2022].

Почему? Потому что саму авторессу именно этот вопрос и волновал.

Но даже описывая «войну и мир», женщины все равно смотрят несколько со стороны на взбаламученный мир. Если использовать выражение, типичное для театральных кругов – на роковые минуты истории они смотрят «из зала». И в этом не только важная особенность, в этом – несомненное преимущество женских романов.

Через некий «женский мир» мы видим то, что чаще всего почти никогда не замечают мужчины.

И действительно, женский роман XIX – начала XX веков можно любить или не любить, но в любом случае этот жанр поднимается на уровень настоящей большой литературы.

Простенько устроенный роман

Самое невероятное, что женский роман во все времена имеет очень простой, однозначный «скелет». То есть подробности могут быть невероятно разнообразны, но все они вращаются вокруг отношений нескольких основных фигур. И сами эти фигуры, и их отношения очень ярко характеризуют стереотипное мышление женщин... да, пожалуй, и всего тогдашнего общества.

Конечно же, во главе угла – «Главная Героиня»: фигура всегда нестандартная, особенная, а потому несчастная и страдающая. Общество «Главную Героиню» не одобряет, карьера у нее не задается, в общепринятые рамки она не вписывается.

Поэтому отстоять свое «Я» и найти свою единственную и великую любовь ей удается ценой громадных усилий.

«Главный Герой», разумеется, преисполнен всяческих добродетелей, и при том достаётся «Главной Героине» не так просто! «Через тернии – к звёздам». Чаще всего он или не слишком хорошо понимает «Главную Героиню», или же она сама чрезмерно долго не в силах постигнуть его невообразимое обаяние.

Но у этого «Главного Героя» всегда есть две важные особенности.

Во-первых, он всегда хорошо обеспечен или богат, причем источник его богатства совершенно неясен.

То есть английские дамы XIX века поступают достаточно просто: «Главные Герои» Джейн Остин и Шарлотты Бронте, мистер Дарси и Рочестер – урожденные «джентльмены». Они уже родились богатыми. Чтобы сделать Джона Рочестера еще богаче, его женят хоть и на сумасшедшей, но все же владелице огромного состояния.

Но как только Эмилии Бронте потребовался сюжет посложнее, демонический Хитклиф сначала исчезает, а потом внезапно появляется с немалыми деньгами. Никогда и никак не разъясняется, как он разбогател и откуда взял деньги. Он просто появляется с ними – и всё.

Точно так же богат и Ретт Батлер – причём на некие темные источники его обогащения во время войны многократно намекается – но уж более чем неопределенно.

Но вот когда мужчина, Дональд Маккейг, взялся в очередной раз «дописывать» «Унесенных ветром» [Маккейг 2014], у него деловые операции Ретта Батлера были описаны весьма подробно – в том числе и его похождения на грани пиратства.

Список можно пополнить и Жоффреем де Пейраком из серии про «Анжелику» Анн и Сержа Голон, и Кристианом Грэем из трилогии «Пятьдесят оттенков серого» Э. Л. Джеймс... Впрочем, следует сказать, что расширять этот список можно бесконечно...

Если же авторессе женского романа необходимо «дать» денег «Главному Герою», он получает их без малейшего труда. В одном из романов Элеанор Элис Хиберт (Виктории Хольт) он ныряет на затонувший корабль, с которого поднимает драгоценности только что погибших людей.



Робер Оссеин в роли Жоффрея де Пейрака и Мишель Мерье в роли Анжелики. Кадр из фильма «Анжелика – маркиза ангелов» (1964 г., реж. Б. Бордери). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/2vhc>

Опыт жизни говорит, что управление крупным состоянием всегда требует большого времени и затраты немалых усилий.

Но ни Дарси, ни Рочестер не тратят своих драгоценных сил на управление своими имениями.

Баттлер настолько играючи водит свой контрабандный корабль – чуть ли не развлекается.

Де Пейрак всего лишь движениями мизинца осуществляет контрабанду поистине невероятных ценностей.

Кристиан Грей появляется в офисе своей фирмы в основном для того, чтобы там недолго покрасоваться.

Во-вторых, «Главный Герой» никогда не занимается ничем, кроме своих частных интересов.

Он никогда не бывает великим человеком, личностью героической и жертвенной. Если жертвенный человек, служащий людям, вообще появляется в женском романе – это «Бескорыстный Помощник», – как священник-миссионер в «Джен Эйр».

Но «Главный Герой» не только никогда не жертвует собой и не совершает сверхусилий для общественного блага. Он никогда не бывает ни крупным ученым, ни знаменитым полководцем, ни государственным деятелем...

Факт остается фактом: люди, которые больше всего привлекают писателей-мужчин, совершенно не интересны авторессам женских романов. Им не нужны ни величие, ни сила духа, ни интеллект, ни так называемые мужские качества. А если нужны, то только в одном случае: если они служат корыстным, эгоистическим интересам «Главного Героя». Исключительно так!

Называя вещи своими именами, «Главных Героинь» женских романов привлекают богатенькие бездельники, которые посвящают свои жизни стяжательству и самоутверждению.

Они тратят невероятно много времени для того, чтобы им было «комфортно»: то есть сытенько, тепленько, удобненько – это в их жизнях самое главное.

Если мужчина и совершает что-то во имя любых идеальных представлений, то он отвергается с презрительной усмешкой. Для Скарлетт уход Батлера на войну – не проявление героизма, и измена ей, замечательной.

В духе диалогов из еще одного (которого то по счету?) продолжения «Унесенных ветром»:

«– Только мужчины могут подставлять свои дурацкие головы под пули, – проворчала она. – Женщине никогда такое на ум не придет.

– Ваши очаровательные головки устроены совсем иначе» [Остин 2023: 28].

Кстати, совершенно справедливо! Головы «Главных Героинь» устроены так, что рисковать собой во имя чести им в эти головы никогда не придет. Как и во имя чего бы то ни было отвлеченного. Как же можно?! Ведь в эти головы они едят!!!

И что характерно, в этом своем «холостяцком флэте» «Главный Герой» поразительно неприкаян. Если он уже богат, то сам толком не знает, на что потратить свою никчемную жизнь, – как Рочестер, прожигающий жизнь со случайными бабами «на континенте». Или Грей, с головой уходящий в садомазохистские игрища.

Однако иногда в женском романе появляется еще и Ложный Герой. «Главная Героиня» увлечена им, но постепенно понимает, что её судьба – никак не этот бедный, неуверенный в себе, не добившийся успеха человек. Это важнейший критерий «Главного Героя» – в понимании общества, к которому принадлежит «Главная Героиня», он обязательно должен быть социально успешен. А главное – он должен быть успешен материально.

Другими важнейшими персонажами Женского романа служат «Злобный Преследователь» и «Бескорыстный Помощник».

«Злобный Преследователь» очень часто – это близкий родственник. В одном из романов Хольт – отчим. У Шарлотты Бронте – тётка. У Эмилии Бронте – приемный родитель страшного Хитклифа.

«Злобный Преследователь» действует не из корыстных побуждений. Он просто по своей натуре так отвратителен, что совершенно не способен не гадить.

«Бескорыстный Помощник» чаще всего или родственница (невольно вспоминаешь Фею из «Золушки»), или вообще пожилая дама (Герцогиня из «Сними обувь свою»). У Маккалоу «Бескорыстные Помощники» – это выводок безбрачных и бездетных дядюшек «Главной Героини».

В других случаях «Бескорыстный Помощник» – или человек, безнадежно влюбленный в «Главную Героиню», её бывший любовник или муж. Что любопытно, «Бескорыстным Помощником» никогда не бывает отец «Главной Героини».

Женский роман: гимн инфантилизму и потребительству

Уже в самых первых женских романах «Главная Героиня» выглядит очень инфантильной. Вероятно, это во многом отражает реалии XVIII – первой половины XIX века, когда женщины не владели имуществом и во многом потому не играли самостоятельной роли в жизни тогдашнего общества.

Героини Остин и сестер Бронте по крайней мере еще пытаются что-то делать в этой жизни. Героини и Шарлотты, и Эмилии, и Анны (Энн) Бронте [Бронте 2008] «даже» работают: при том, что социально взрослая женщина в их обществе находится примерно в том же положении, что и мальчик-подросток лет 13–14.

Со временем «Главные Героини» всё больше отстают от своей эпохи и от сверстников своего возраста: особенно в массовой

литературе. Реальные женщины обретают самостоятельность, а «Главные Героини» женских романов делаются всё более инфантильными.

Их возраст – уже не 13–14 лет мужского, а как бы не все 10–12.

У «Главных Героинь» Дашковой и Серовой и их женского окружения – только одна цель в жизни: как говорят иные кумушки, «устроиться».

При этом они не в состоянии самостоятельно отбиться от «Злобного Преследователя», и принимают помочь «Бескорыстного Помощника2 с естественным эгоизмом ребенка – они не то, что не понимают, что пожирают другого человека. Ах, они об этом совершенно не думают!

...В точности так же 5-летний малыш требует погулять от смертельно усталой матери. Ему же так хочется!.. Ну как она не понима-а-а-ет... Ему же хо-о-очется...

А хочется «Главным Героиням» не слишком много: в основном потреблять. Это и есть смысл их «устройения».

Женский роман конца XX века: увы, но так ничего и не изменилось...

Деградация массовой литературы касается абсолютно **всех** жанров. Поскольку грамотны теперь почти все, а гигантов ума и духа, увы, так и не прибавилось, то с XIX или с начала XX века, массово востребованной становится уже не литература, а макулатурное чтиво.

Даже боевик и детектив «облегчены» и упрощены до предела. У Рекса Стата и равным образом у Бушкова вы не найдете умного Шерлока Холмса или проницательнейшего Эркюля Пуаро. Герои современных мастеров жанра – туповатые горы мяса, которые не думают, а в основном стреляют и дерутся.

Точно так же и «Главные Героини» женских романов становятся всё примитивнее, а сюжеты окончательно превращаются в убогие схемы. Параллельно с тем, что к концу XX века женский роман стал самым «ходким» по продаваемости, самым коммерчески востребованным жанром.

В «романах женской судьбы» сохраняется тот же набор основных персонажей. «Злобный Преследователь» гадит, «Главная Героиня» с помощью «Бескорыстного Помощника» счастливо разочаровывается в «Ложном Герое», падает в объятия «Главного Героя». Фанфары! Занавес!

...И при всем при этом Главные Героини однозначно и инфантильно нацелены на потребление ценностей, которые им «должны» обеспечить... скажем предельно вежливо – законные и незаконные мужья. Что характерно, сами себе обеспечить желаемый и требуемый уровень потребления они абсолютно не способны.

Подчеркнем – востребован не сам по себе уровень жизни, и не качество жизни, а именно уровень потребления. Главным Героиням «необходимы» шубы, машины, рестораны, тряпки – но не картины, не библиотеки, не возможность заниматься науками и искусствами.

Концерты? Если модное завывание и громыхание, а уж никак не концерт Вивальди и не опера Глинки.

Путешествие? Тогда – на модный курорт, а не в Метрополитен-музей и не посмотреть Сакрекёр, пройти от него к Нотр-дам-де-Пари.

Конечно, уровень примитива очень разный. Женский роман может принадлежать к массовой литературе\макулатуре, а может быть маргинальным явлением литературного процесса. В этих направлениях и «Главные Героини» совершенно другие.

«Главные Героини» Дашковой в разных произведениях названы то «Вилками», то «Ложками», то «Лампами». Разница между ними столь невелика, а торопливость ваяния очередного «шедевра» такова, что на одной странице «Главная Героиня» может быть «Лампой», а на соседней – уже опять «Ложкой».

В мире «продолжений»... Или как дамы переписывают то, что их не устраивает

Для массового женского романа конца XX века очень характерны бесконечные «продолжения» «Унесенных ветром». Мы, увы, не имели возможности спросить об этом саму мисс Митчелл, – она погибла за 6 лет до нашего рождения. Но, судя по всему, к своей «Главной Героине» она испытывала в основном отвращение.

Маргарет Митчелл отвергала все предложения издателей, все просьбы читателей и почитателей – сделать концовку романа более «оптимистичной». В авторской концовке не остается ни малейших шансов ни на воссоединение «Главных Героев», ни на счастливую судьбу самой Скарлетт О'Хара. Единственное, что

может ее ожидать – одиночество и сожаление о бессмысленно загубленной судьбе. Это сожаление может слабеть как под влиянием прожитых лет, так и под воздействием всё возрастающих доз самогона, который англосаксы красиво и политкорректно именуют «виски». Но ничего, кроме унылого доживания судьба «Главной Героини» как-то не предполагает.

Судьба же Ретта Батлера может сложиться чрезвычайно по-разному.

Но уже почти сто лет, буквально с момента выхода романа в 1936 году, предпринимаются попытки написать сто пятьдесят «продолжений», – лишь бы, любой ценой, придумать для «Главной Героини» судьбу получше. И всякий раз – соединяя её с Батлером.

Назовём вещи своими именами: вменяемая женщина с мозгами и с душой создала образ бездарной, тупо-эгоистичной содержанки по убеждениям. Несомненно, авторесса «подарила» «Главной Героине» абсолютно мотивированную и совершенно заслуженную ею судьбу.

А «продолжательницы», как видно, вовсе не испытывают отвращения к Скарлетт; они изо всех сил пытаются, вопреки логике, и опыту жизни, во что бы то ни стало «оправдать» «Главную Героиню», окончательно превращая Ретта Батлера в бесхребетного идиотика.

Только одна ассоциация... Возможно, уважаемый читатель помнит советскую экranизацию «Человека-амфибии» Беляева, 1961 года? Среди прочих – эпизодическая роль певички из портового кабака. Девка исполняет нечто пошлее; могу себе представить,

с каким отвращением прописывали, играли и снимали этого мимолетного персонажа дамы с «Ленфильма».

... В далеком теперь уже 1962 году я жил на даче, в местности Зверинец. Тогда это было предместье Киева, сегодня – почти что центр. Девочки из домишек частной застройки очень живо обсуждали: какое на девице было платье, какие перчатки, какая прическа... Они восхищались ею, и вовсю распевали:

«Нам бы, нам бы, нам бы
Всем на дно!
Там бы, там бы, там бы
Пить вино!!!»
[Фогельсон, без даты].

То есть персонаж, созданный как воплощение всех ужасов «капитализма», отвратительный и непристойный, для девчонок из мещанского пригорода оказывался романтичным и невероятно привлекательным.

... Точно то же происходит с образом Скарлетт О'Хара. Судя по сотням «продолжений», расходящихся миллионными тиражами, её готовы обожать десятки миллионов с виду вменяемых женщин.

Как откровенная пошлятина становится неотъемлемой частью массового литературного процесса

В отличие от «Ламп» и «Вилок», «Главные Героини» Татьяны Устиновой по крайней мере различимы какими-то индивидуальными чертами и качествами. Порой даже внешне.

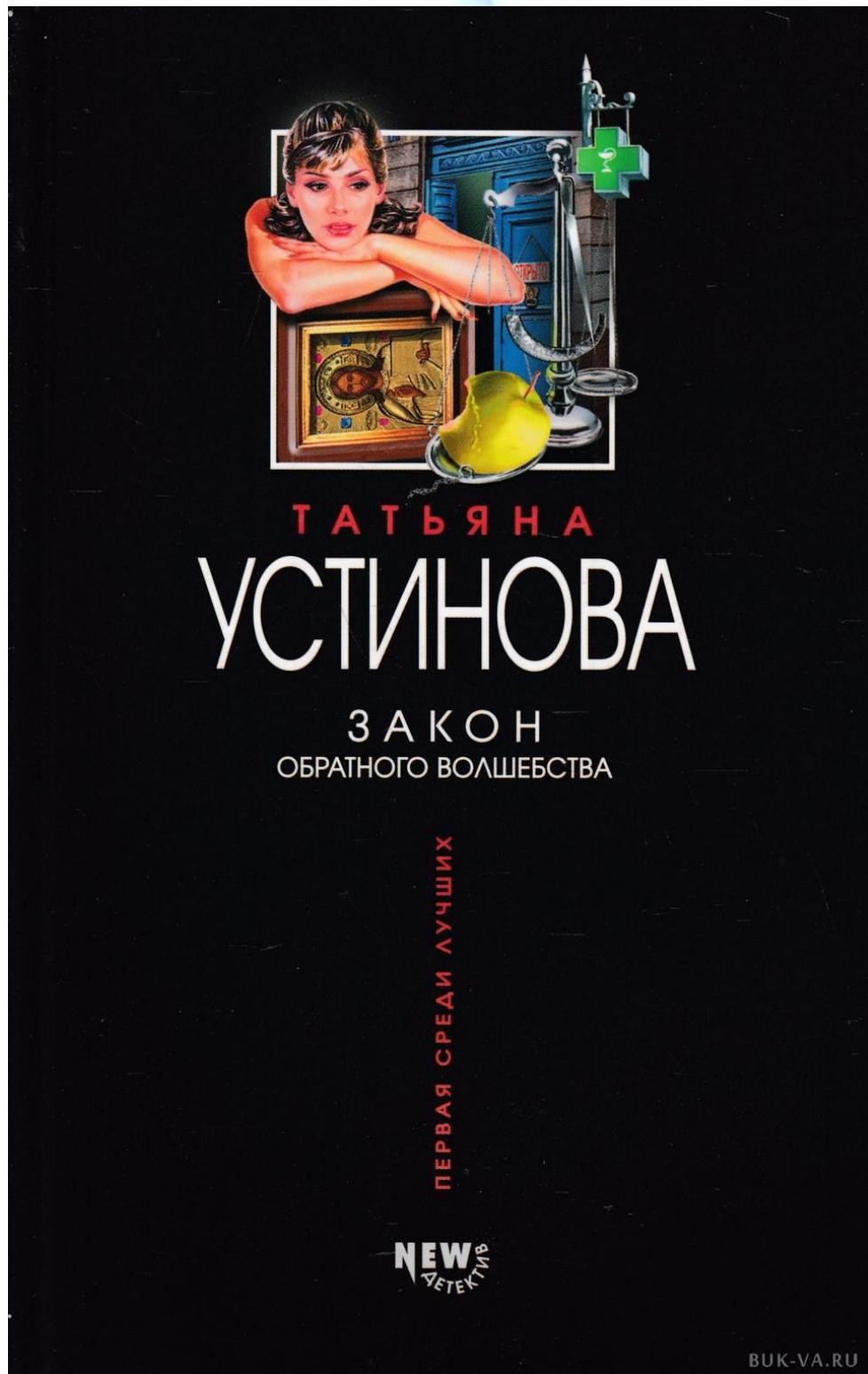
Многие из её героинь – профессионально успешные женщины; они хотя бы частично не зависят от содержателей. Одна из них даже значительно богаче глупого, нелепого любовника; в конце концов она выставляет вон ничтожного мужичонку (судя по тексту, совершенно правильно делает).

Действие романов Устиновой происходит на фоне быта Москвы 2000 – 2010 годов. Множество узнаваемых деталей (для примера [Устинова 2021б; [Устинова 2020]).

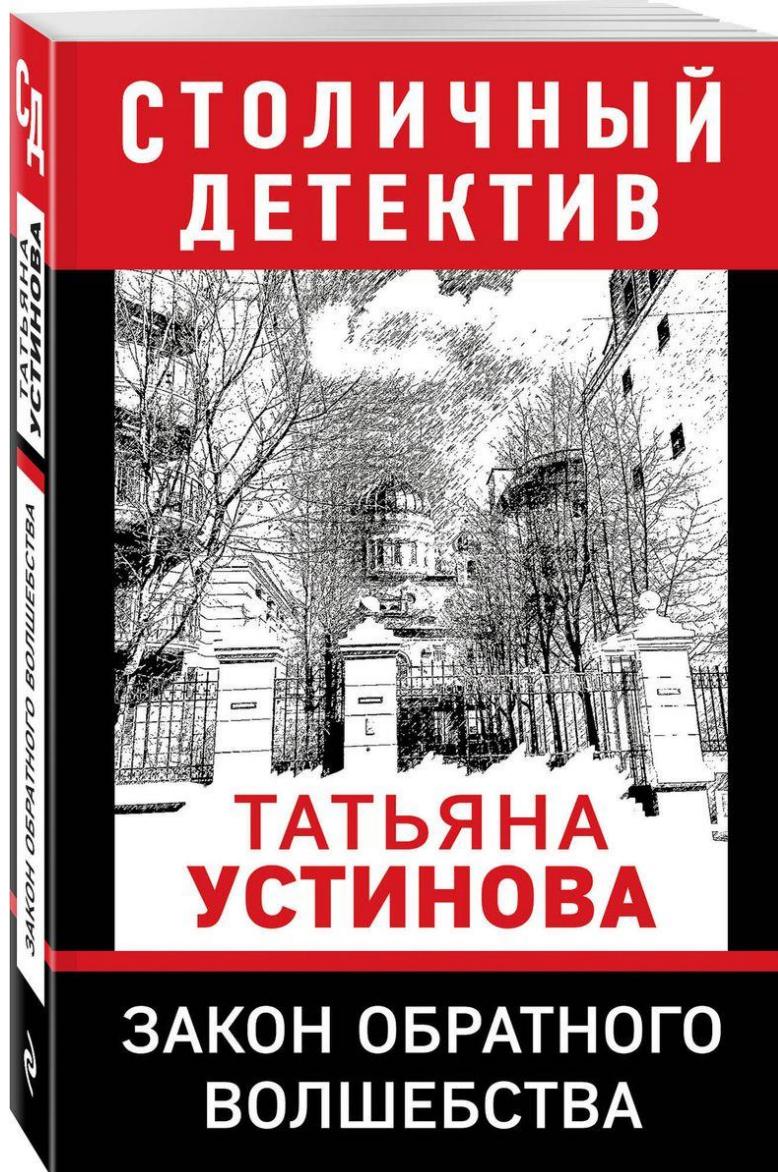
Одним словом – в её женских романах видны страна, народ, образ жизни, даже специфический московский сnobизм – когда «Главная Героиня» уже не в силах душиться «Красной Москвой», ей подавай нечто иностранное.

Видна и история страны: действие разворачивается на фоне исторических событий – в точности, как и женских романов XIX века. То на фоне Афганской войны [Устинова 2021а], то «разборок» в Украине [Устинова 2016].

У Дашковой и Серовой история – это даже не «гвоздь, на который она вешает повествование». Это скорее поток бреда. В одном творении мы прочитали о том, что родовитое дворянство, оказывается, закапывало клады в имениях, а координаты шифром татуировало на задницах у детей-наследников. Рассказал одному



Обложка романа Т. В. Устиновой, «Закон обратного волшебства». Изображение размещено в свободном доступе на платформе: https://buk-va.ru/uploads/media/book/0001/25/thumb_24703_book_big.jpeg



Более поздняя обложка того же самого романа. Что характерно, дизайн довольно сдержаный.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://russiangoods.ee/upload/iblock/ab4/ab40e00ob12498d440e71096d1095c4e.jpg>

приятелю – Рюриковичу по корням. За одно похвалю авторессу: она очень развлекла человека. Знакомый хохотал так, что слезы текли по щекам. Он буквально катался по дивану, дрыгая в воздухе ногами.

«Вилок» и «Ламп» Дашковой невозможно представить себе в компании минимально интеллигентных, хоть о чём-то думающих людей.

Для героинь Татьяны Устиновой всё же значимо собственное личностное развитие. Они почти не инфантильны. Им интересно то, что называется таким неопределенным словом: «культура».

В то время, как и Джейн Эйр, и Элизабет Беннет (героиня «Гордости и предубеждения») легко вошла бы в круг, который автор сих строк склонен называть «своим». Как и героини Устиновой. Этим дамам вполне могут оказаться интересны картины и гравюры. Они в состоянии оценить сияние коричневых корешков старинных томов за стеклами орехового шкапа. Им могут быть интересны разговоры, выходящие за пределы «купить», «нацепить» и «пожрать».

«Вилки» и «Лампы» разве что развеселятся – старинные книги?! Разговор о причинах падения Римской империи?! Дурость какая! То же мне, тусовка... Вот пожрать в ресторане!.. Это дело, так дело!..

Одним словом, в женских романах Татьяны Устиновой намного больше от литературы, чем в женских романах Дашковой. Они поневоле «проще» классической литературы – таковы уж условия «продаваемости». Но разница очевидна. Полное впечатление, что авторесса просто не в силах выйти за рамки хорошего вкуса.

«На подоконнике сидел серый дождик в мокром плаще, болтал ногами в резиновых ботах. От его болтания по подоконнику с гулким стуком рассыпались капли» [Устинова 2016: 11].



Татьяна Устинова во Владивостоке, в рамках «Книжного маяка Владивостока». 18 августа 2023 года. Фото автора.

Или вот еще пример: «Повеяло духами и еще чем-то женским и теплым, как будто ты с холодной улицы, с дождя и ветра, когда кажется, что вот-вот пойдет снег, и дальние тучи сизым краем уже легли на бурую раскисшую землю, и собака трясет ушами и смотрит жалобно и серьезно и просится обратно под крышу, входишь в домашнее живое тепло, и внутри этого тепла горит камин, букет последних астр сияет в старинной голубой вазе с отколотым лепестком, душистый чай остывает в пузатом чайнике, и в полированной поверхности стола отражаются тонкие руки в рукавах теплого платья» [Устинова 2016: 12].

Хоть убейте, но это – именно что художественная литература. Та самая литература, в которой рисуют словами – откуда и ее название. Тут вся стилистика абсолютно иная.

Но! Стоит сравнить тиражи Дашковой и Устиновой, как сразу становится очевидно, что Дашкова куда «продаваемее». Видимо, чем примитивнее и «Главная Героиня», и повествование в целом – тем лучше принимается читателями женский роман. Действительно: сидящий на подоконнике дождик заставляет улыбнуться, ненадолго отвлекаясь от сюжета. Побуждает ценить хорошо сказанное слово, а не то, «как ее он полюбил на сто восьмой странице...».

Само по себе это свидетельствует не о жанре, а скорее об интеллектуальном и культурном уровне потребителя... И правда, не называть же «читательницей» любительницу «Вилок» и «Ложек», которым графини и «графины» (честное слово, так в тексте!) вытатуировали на задницах координаты закопанных кладов.

В общем, литература и массовая литература ориентированы на принципиально разного потребителя, отражают разное отношение к реальности и создают типажи разного умственного, культурного и социального уровня.

Женский роман XX века: странные общности литературы и макулатуры

Но и в литературе, и в макулатуре для сортировки есть одно общее. Это дружное признание ничтожности мужчины вообще.

«Главные Герои» макулатуры, понятное дело, сливаются в некое с трудом различимое пятно.

Но даже и немногого отличимые друг от друга «Главные Герои» Устиновой поразительно серы и убоги. Появляются у неё и знаменитый писатель (о том, что именно он пишет – ни слова), и гений веб-дизайна, и выдающийся тележурналист, но и «Великий Писатель» оказывается настолько ограниченным, что не видит уголовной интриги в двух шагах от собственного носа. Он даже собственного персонажа в компьютере не может отыскать. Зовёт секретаршу:

«– *Masha, а, Masha? Где труп?*
– *Какой именно труп вас интересует, Дмитрий Андреевич?*
– *Последний.*
– *У нас два последних*» [Устинова 2016: 11].

Но это у нас всё же «Великий Писатель». Большинство же «Главных Героев» Устиновой – технари, невероятно ограниченные, замученные комплексами. Интересно, что в роли «Злобного Преследователя» часто выступает мамаша «Главного Героя». Она сына искалечила, а подруга ввихивает мужчину на место. А без подруги «Главный Герой» – никуда!

Подруги «своих» мужчин «спасают» и от множества других опасностей. Они вообще активны, принимают в судьбе любимых самое решительное участие.

Но сами любимые как-то не особенно блещут.

Даже вот «Великий Писатель», откровенно важный и элитный: «Он в раздражении почесал за ухом, как большая блохастая собака. Впрочем, на блохастую собаку он похож, пожалуй, не был. Он был похож на ухоженного домашнего пса, искренне

недоумевающего, откуда у него могут взяться блохи» [Устинова 2016: 13].

Но и этот никак не блохастый писатель не может не играть с секретаршой в глупейшие психологические игры, достойные пера Эрика Бёрна.

«*Ну, конечно, он знал, что она найдет. Она всегда все находила. Но существовали определенные правила игры, которые нужно соблюдать, и они оба соблюдали их беспрекословно*».

И далее: «*Некоторое время он читал, напоминая себе, что должен сохранять на лице недовольную мину. Это был именно тот файл, который потерялся.*

Он читал. Маша стояла у него за спиной.

– *Ну что, что? Долго ты будешь там торчать?* – ворчливо спросил он через некоторое время. – *Ну нашла, и спасибо тебе большое!.. Можешь идти*» [Устинова 2016: 12].

Проблемы Маши «Главный Герой» решит по счету «два» – на то он и «Главный Герой». Но какое-то дитя, того не более.

Другой Герой, более в духе женских романов – технарь, глава транспортной фирмы. Этот Илья Решетников, который бывшей женой характеризуется как «трудолюбивый и недалекий китайский крестьянин, застрявший в болоте своего рисового поля» [Устинова 2021b: 19].

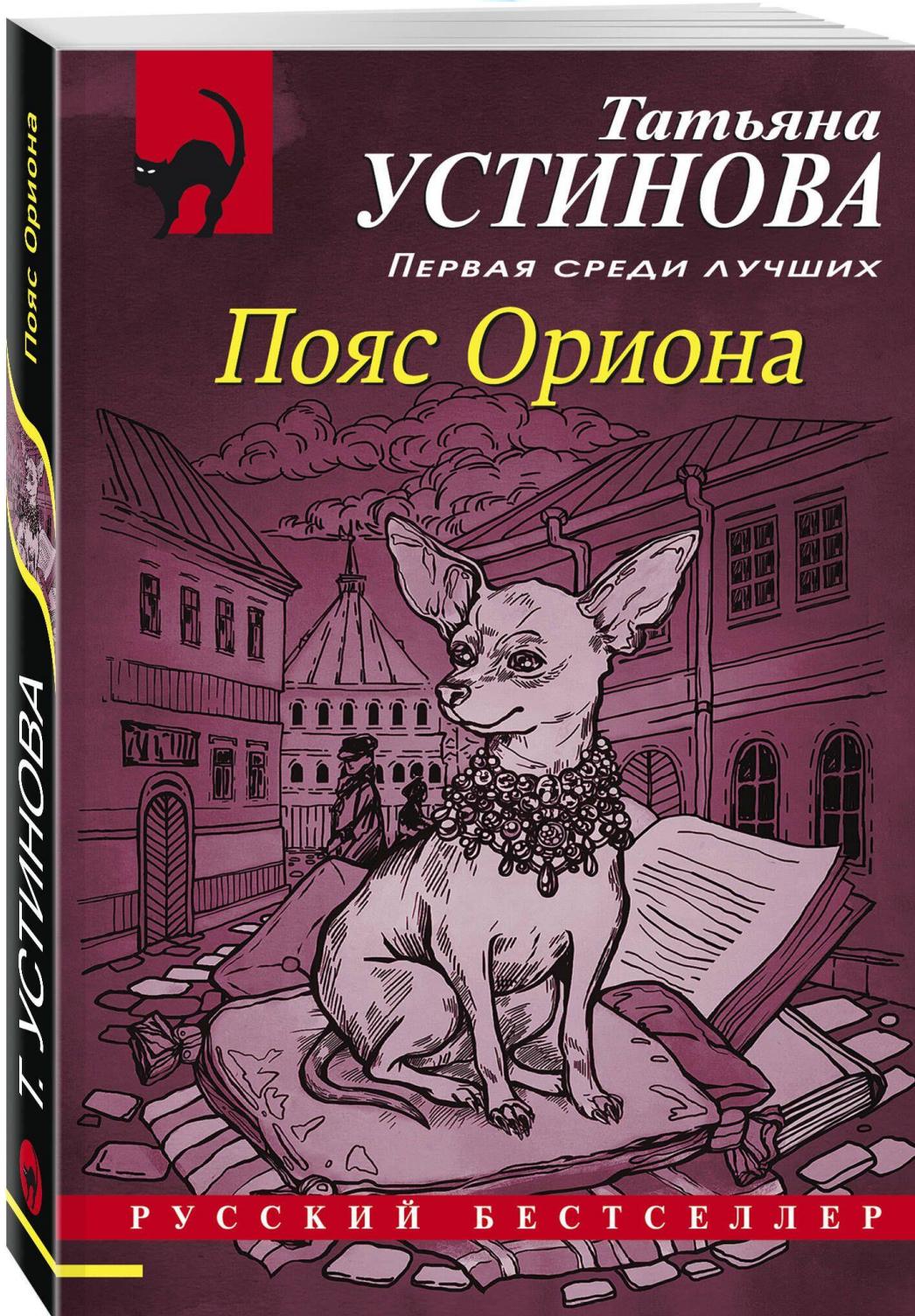
Современный вариант Скарлетт, бывшая жена отличным образом научилась «доить» бывшего супруга. «*Ну, где это видано, где это слыхано, чтобы бывший муж возил бывшую супругу в салон, к примеру, вот как сегодня! Или провожал на бал, когда Мике было не с кем выйти. Или привозил деньги,*

когда они у нее заканчивались. Впрочем, его деньгами Мика старалась не злоупотреблять, он и так был щедрым, и она боялась перегнуть палку. На поддержание того образа жизни, который был для нее важнее всего, ей вполне хватало и отцовских, а Илья требовался совсем для других целей» [Устинова 2021b: 27].

И далее: «Илья, улучшенный чутким Микиным руководством, был вполне безмятежен и уверен, что всё делает «как все» – провожает, возит, денежки дает. То есть полностью подконтролен» [Устинова 2021b: 27]. В конечном счете положительная героиня Анфиса Коржикова спасает Илья Решетникова, которого потихоньку отравляют. Другая «Главная Героиня», Наталья, будет хорошо пользоваться недалеким, грубоватым Ильей, ценить его изо всех сил.

При этом героини очень различаются. Бывшая жена Илья, Мика – дура и никчемная сдержанка, у которой мозги – в гламурном тумане, а откуда у нее растут руки, страшно не только писать – даже подумать. Анфиса Коржикова – героическая интеллектуалка. Толстая, но положительная Наталья – хорошая, добрая баба, готовая любить, заботиться и сострадать.

Но для них всех «Главный Герой» – был и есть трудолюбивый и недалекий мужик. Выращивать рис он ещё годится – но кто же его спасёт от преступников?! И вообще научит жить?! Положительные героини отличаются от отрицательной тем, что они сами по себе лучше и привлекательнее. Добрый барин не переморит мужика на барщине, не разорит оброком, защитит от разбойников и даже от сборщиков налогов. Но конечно же, они никак не ровня.



Что очень симпатично в издании книг Устиновой – вдержанном дизайне обложек, как и в текстах, сквозит мягкое чувство юмора. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://cdn1.ozone.ru/s3/multimedia-6/6748391886.jpg>

Имеет смысл сравнить... То, что мужчины приписывают женщинам

Трудно говорить об особой «мужской» литературе. Поговорим о романах, написанных мужчинами в XIX столетии. Все они не только выводят крупных мужских персонажей: героев, интеллектуалов, деятелей. Более того – они уверены, что именно этим людям и должны доставаться самые хорошие женщины.

В этом солидарны и аристократический консерватор сэр Артур Конан-Дойль, и убежденный «прогрессист», предтеча глобализма, Герберт Уэллс, и откровенно развлекательный Льюис Стивенсон.

Сэр Артур влюбляет свою героиню в героя Аллейна Эрисона, да и супруга рыцаря без страха и упрека, сэра Найджела, к мужу далеко не равнодушна [Конан-Дойль 2010].

Так же точно юный, но далеко не трусливый и не глупый Дэвид Белфур в конце концов добивается своей Катрионы, а порой легкомысленный, но героический Алан Стюарт – так и вовсе известный сердцеед [Стивенсон 2019].

Можно сказать, что это – извечная психологическая установка мужчин: они уверены, что женщин привлекает мужская незаурядность. Только в одном, причем чуть ли не самом знаменитом из романов сэра Артура появляется некое сомнение в действенности такого «закона справедливости»: прелестная Глэдис требует от влюбленного Мелоуна великих подвигов, а пока он их совершает, выходит замуж за некого письмоводителя [Конан-Дойль 1956].

Агата Кристи пишет не дамские романы, но и у нее в нескольких произведениях звучит нечто странное для мужчин, однако весьма созвучное духу женских романов: ее героиня выбирает не выдающуюся личность, а нечто средненькое и слабенькое.

Судя по всему, анализ женского романа позволяет выйти на одно из кардинальных различий мужской и женской психологии. Возможно, даже на важное различие мужской и женской сексуальности.

«Мы» переносим на женщин, во-первых, собственные базовые качества: ждём от «них» самостоятельности, стремления к самореализации и к возможно большей независимости. Стремление скорее давать нежели брать. Ведь «дающий» в нашем представлении важнее и значительнее «берущего».

Во-вторых, «мы» сами восхищаемся выдающимися людьми и выдающимися результатами. «Мы» приписываем женщинам и эту «нашу» особенность.

...И судя по женским романам, совершенно напрасно.

Два мира – два образа жизни

Женщины современного мира, а вслед за ними и Героини женских романов, распадаются на разные категории, буквально на два разных мира. Одним близки «Главные Героини» сестер Бронте и Устиновой. Другим – «Лампы» и «Ложки». Они ведь и сами не различимы, как вилки – разве что по мелким вариациям в дизайне: по размерам и цвету волос.

«Главные Героини» XIX века старались стать как можно более значительными личностями в том женском мирке, который отводило дамам современное им общество.

В эпоху XX и XXI веков некоторые женщины реализуют то, что хотели бы, но не могли реализовать героини сестер Бронте: стать самостоятельными и значительными в самом что ни на есть «мужском» профессиональном мире.

Они независимы. Их мало интересуют материальные цацки, а если вдруг они станут нужны – то те и сами их купят. Увлекшись, они готовы скорее одаривать любимых, чем принимать от них.

Собственно, они «такие же как мы»... с поправкой даже не на анатомию и физиологию, в больше степени всё на ту же психологию.

Это дамы, для которых состоялось реальное равноправие. Которые смогли его использовать самым благоприятным для себя образом.

Эта категория женщин и наиболее культурна. У них хватает энергии и сил интересоваться не только «что надеть» и «чем похвастаться», но и на отвлеченнное.

Они посложнее – в состоянии порадоваться не мелодичному побрякиванию «попсы», но классической музыке или поэзии бардов. Не разноцветью на покрашенной стене кабака, а авторской картине маслом, изящной японской гравюре.

Другие же дамы сохраняют более древние, архетипические черты женской психологии: зависимость, стремление найти «подходящего» самца: большого, богатого и шумного.

Им не близко всё сколько-нибудь сложное.

Завоевать собственное положение в обществе они способны не больше, чем охотиться на львов или водить космический корабль. Они настолько ничтожны, что просто вынуждены оставаться потребительницами. Главный успех, подживающий некоторых из них: тот самый «замечательный мужик \\ Меня вывез в Гелленджик» [Шнуро, без даты]. И здесь мы нисколько не пытаемся шутить! Это – слова из песни, лидера группы «Ленинград» Сергея Шнурова, которую вовсю крутили на радио!

Говоря словами Владимира Высоцкого из песни «Моя цыганская», их мирок – «рай для нищих и шутов» [Высоцкий 2012: 50]. Да они и есть нищие и шуты, – только в платьях, а не в штанах. Нищие и жалкие создания, торопливо тратящие не свои денежки в ресторанах, «салонах красоты» и прочих приютах для убогоньких.

Считывают ли нас женщины людьми?..

В чем Героини совпадают – так это в их отношении к мужчинам.

Для мужчин «мир Устиновой» даже более тосклив и провален, чем «мир Дашковой» и «мир Шарлотты Бронте». В «мире Бронте» и в «мире Дашковой» женщинам нужны хотя бы наши статусы и деньги. Омерзительные правила игры, но хоть что-то.

В «мире Устиновой» дамы не нуждаются в наших деньгах и статусах: сами заработают, да еще и с нами поделятся. Ведь и состоявшимся в этой жизни «женщинам Устиновой» не нужны ни герои, ни ученые, писатели и творцы. То есть вывести героянью,

влюбленную в писателя, можно – но и этот писатель какой-то странный. «Недоделанный».

Ну очень мужской писатель Торnton Уайлдер провозгласил, что «лишь один брак из ста бывает счастливым».

Ведь «всякая жена сочетается браком не только с мужем, но и с положением, в котором он находится. Всякого мужа, который работает для людей... Всякого, кто хоть на шаг отходит от самого примитивного стяжательства, самого убогого эгоизма, жена всегда считает просто кретином» [Уальдер 2018: 218].

Потому что ей в этой жизни не нужно ничего, кроме как сделать самой себе и своим близким сытенько, уютненько и тепленько. Остальное – просто дурь, глупые выдумки мужчин. А то и вообще – проявление мужского эгоизма, неуважения к женам.

«Главный Герой» женского романа ни при каких обстоятельствах не может сказать, как лирический герой Леонида Филатова из стихотворения «Простите, мисс»:

*Вы говорите мне: стремись
К признанью и почету...
Простите, мисс,
Простите, мисс,
Но мне они ни к черту!..
[Филатов, без даты].*

«Главный Герой» как раз и «должен» потратить любые силы для достижения того, чего хочет «Главная Героиня». И только на это! А «Главная Героиня» хочет технаря, который будет делать ей тепленько и уютненько.

Вообще-то сам смысл мужской судьбы состоит в том, чтобы научиться делать то, чего не умеют другие. Стать как можно более значительной личностью. В мире женского романа эти ценности не отвергаются. Они в нём просто не существуют.

Распространенный вопрос начала XX века: считают ли мужчины жен ровней? Типичное утверждение: «Женщина тоже человек».

Но чтение женского романа заставляет задавать другой вопрос: считают ли женщины людьми нас? Наверное, всё же считают... Но людьми не полноценными и далеко не равными. Людьми, единственное предназначение которых – служить женам, и делать им уютненько.

Одно из поразительных исследований: во время войны женщины подсознательно чувствуют, что ушедшие на войну как бы им «изменили». В их жизнях появилось что-то более важное, чем отношения, любовь и семья.

Но точно так же «изменяет» женщинам вообще всякий герой – будь то Мартин Лютер Кинг, Гагарин, Королёв или Жак Ив Кусто.

Как сказала одна французская феминистка: если бы Иисус Христос любил Магдалину – неужели полез бы на крест!?

В её представлении – никогда не «полез бы». Принёс бы жертву перед статуей Императора, поинтриговал бы в Синедреоне, заверил бы в лояльности Прокуратора... И получил бы должность – ну, например, сборщика налогов. А что?.. Очень почтенная должность, вполне позволяющая кормить семью, снабжать жену престижными цацками, на зависть соседкам.

В этом смысле «изменяет женщинам» не только великий человек; вообще всякий, у кого в жизни есть что-то более важное, чем отношения с женщиной. В том числе учёный высокого класса. И писатель. И художник. И инженер. Любой герой традиционного «мужского» романа.

Автора сих строк не надо убеждать ни в том, что «женский» взгляд на вещи имеет право на существование. Ни в том, что гармоничные отношения предполагают учет обоих позиций. Ни в том, что какой-то части женщин интересны именно выдающиеся личности.

Но к женскому роману эти общие соображения не имеют никакого отношения. Подкорка выплескивает свое содержимое... и я не виноват, что это содержимое вызывает желание осенить себя крестным знамением.

Литература

- Андреева, Ю. И. (2018). *Метресса фаворита*. Москва: Вече.
Андреева, Ю. И. (2018). *Фридрих Барбаросса*. Москва: Вече.
Андреева, Ю. И. (2022). *Ох уж эти Шелли*. Москва: Вече.
Бронте, Ш. (1958). *Джен Эйр*. Киев: Молодь.
Бронте, Э. (2008). *Агнес Грей*. Санкт-Петербург: Азбука-классика.
Бронте, Э. (2021). *Грозовой перевал*. Москва: АСТ.
Вигдорова, Ф. А. (1965). *Дорога в жизнь. Это мой дом. Черниговка*. Москва: Худлит.
Войнич, Э. Л. (2012). *Сними обувь свою*. Москва: АСТ.
Войнич, Э. Л. (2022). *Овод*. Москва: АСТ.
Высоцкий, В. С. (2012). *Моя цыганская. Каюсь! Каюсь! Каюсь!: стихотворения*.
Санкт-Петербург: Амфора.
Клеланд, Д. (1993). *Фанни Хилл. Мемуары женщины для утех*. Москва: Арт Дизайн.
Конан-Дойль, А. (1956). *Затерянный мир. Отравленный пояс. Когда земля вскрикнула*. Киев: Молодь.
Конан-Дойль, А. (2010). *Белый отряд*. Москва: Столица.
Кресикова, И. (2013). Три эссе из жизни Марины Цветаевой. *RELGA*. 1(257). Режим доступа: <https://lyl.su/9kIC> (дата обращения: 10.04.2024).

- Маккалоу, К. (2022). *Поющие в терновнике*. Москва: АСТ.
- Маккейг, Д. (2014). *Ретт Батлер*. Москва: Эксмо-пресс.
- Митчелл, М. (1982). *Унесённые ветром: в 2 т.* Москва: Худлит.
- Осипцова, Т. (2022). *Ретт Батлер. Вычеркнутые годы*. Москва: Автор.
- Остин, Д. (2023). *Гордость и предубеждение*. Москва: АСТ.
- Рипли, А. (1992). *Скарлетт*. Москва: Домино, Эксмо.
- Стивенсон, Л. (2019). *Катриона*. Москва: Нигма.
- Уальдер, Т. (2018). *Мартовские иды. Мост короля Людовика Святого*. Москва: АСТ.
- Унсет, С. (1992). *Кристин, дочь Лавранса: в трех книгах*. Санкт-Петербург: Северо-Запад.
- Устинова, Т. В. (2016). *Саквояж со светлым будущим*. Москва: Эксмо-Пресс.
- Устинова, Т. В. (2020). *Развод и девичья фамилия*. Москва: Эксмо-пресс.
- Устинова, Т. В. (2021а). *Богиня прам-тайма*. Москва: Эксмо-пресс.
- Устинова, Т. В. (2021б). *Закон обратного волшебства*. Москва: Эксмо-пресс.
- Филатов, Л. (без даты). Простите, мисс! *Культура.РФ*. Режим доступа: <https://www.culture.ru/poems/33211/prostite-miss> (дата обращения: 10.04.2024).
- Фогельсон, С. (без даты). Моряк. *Kino-teatr.ru*. Режим доступа: <https://www.kino-teatr.ru/kino/movie/sov/7797/song/> (дата обращения: 10.04.2024).
- Шнуров, С. (без даты). Геленджик. *Профессиональное творческое сообщество*. Режим доступа: <https://www.beesona.pro/songs/leningrad> (дата обращения: 10.04.2024).

Информация об авторе

Буровский Андрей Михайлович – кандидат исторических наук, доктор философских наук, профессор, Генеральный директор ООО «КИФАБ» (660017, Россия, г. Красноярск, ул. Дубровинского, д. 45А, офис 9), член Союза писателей СПб, член союза ученых СПб, ORCID: 0000-0003-4225-8635, burovsky@mail.ru

WOMEN'S NOVEL – LITERATURE, WASTEPAPER AND... PSYCHOLOGY

Andrey Burovsky

Abstract. In the traditional women's novel, as a significant genre of the impression industry, a system of views and values is very openly proclaimed, which significantly diverges from the value system of the male part of the population. The end of the twentieth century was marked by the formation of various value systems in women's novels. Moreover, one of these value systems most likely approaches "male", while the other is clearly close to mass culture. A traditional women's novel is always characterized by a fairly typical set of very similar characters. They may be fatally different from each other in appearance, but they always perform the same semantic function. For example, the main character, in addition to a

constant pursuer, constantly finds herself with a disinterested helper. At the same time, the personal qualities of a man in romance novels traditionally do not matter at all. The main character, fulfilling the function of the object of the great love of the main character, however, is never an outstanding personality. Essentially, as a rule, he is not busy with anything serious in life either. At the same time, he is always financially secure and always restless. As a result, even if he is married, it will be to a bitch. But the most important thing is that an affair with him is entirely the choice and decision of the main character.

Keywords: novel, women's novel, culture, relationships, mass culture, experience industries, popular literature, cult novels, main characters, characters, extrapolations.

References

- Andreeva, Iu. I. (2018). *Fridrikh Barbarossa* [Friedrich Barbarossa]. Moscow: Veche Publ. (In Russ).
- Andreeva, Iu. I. (2018). *Metressa favorita* [The favorite's metress]. Moscow: Veche Publ. (In Russ).
- Andreeva, Iu. I. (2022). *Oh uzh eti Shelli* [Oh, those Shelleys]. Moscow: Veche Publ. (In Russ).
- Bronte, E. (2008). *Agnes Grei* [Agnes Grey]. Saint-Petersburg: ABC classics Publ. (In Russ).
- Bronte, E. (2021). *Grozovoi pereval* / [Wuthering Heights]. Moscow: AST Publ. (In Russ).
- Bronte, Sh. (1958). *Dzhen Eir* [Jane Eyre]. Kiev: Young people Publ. (In Russ).
- Filatov, L. (n.d.). Prostite, miss! [I'm sorry, miss!] *Kul'tura.RF* [Culture of the Russian Federation]. Available at: <https://www.culture.ru/poems/33211/prostite-miss> (acessed: 10.04.2024). (In Russ).
- Fogel'son, C. (n.b.). Moriak [Mauriac]. *Kino-teatr.ru*. Available at: <https://www.kino-teatr.ru/kino/movie/sov/7797/song/> (acessed: 10.04.2024). (In Russ).
- Kleland, D. (1993). *Fanni Khill. Memuary zhenshchiny dlia utekh* [Fanny Hill. Memories of a comfort woman]. Moscow: Art Dizain Publ. (In Russ).
- Konan-Doil', A. (1956). *Zateriannyi mir. Otravlenyi poias. Kogda zemlia vskriknula* [The lost world. The restored world. When the earth screamed]. Kiev: Young people Publ. (In Russ).
- Konan-Doil', A. (2010). *Belyi otriad* [White row]. Moscow: Stolitsa Publ. (In Russ).
- Kresikova, I. (2013). Tri esse iz zhizni Mariny Tsvetaevoi [Three essays from the life of Marina Tsvetaeva]. *RELGA*, 1(257). Available at: <https://lyl.su/9kIC> (acessed: 10.04.2024). (In Russ).
- Makkalou, K. (2022). *Poiushchie v ternovnike* [Located in the blackthorn]. Moscow: AST Publ. (In Russ).
- Makkeig, D. (2014). *Rett Butler* [Rhett Butler]. Moscow: Eksmo-press. (In Russ).
- Mitchell, M. (1982). *Unesennye vетром: v 2 t* [Unesennye vетром: v 2 t]. Moscow: Artistic literature Publ. (In Russ).
- Osiptsova, T. (2022). *Rett Butler. Vycherknutye gody* [Rhett Butler. The years are crossed out]. Moscow: Avtor Publ. (In Russ).

- Ostin, D. (2023). *Gordost' i predubezhdenie* [Pride and prejudice]. Moscow: AST Publ. (In Russ).
- Ripli, A. (1992). *Skarlett* [Scarlett]. Moscow: Domino, Eksmo Publ. (In Russ).
- Shnurov, S. (n.d.). *Gelendzhik* [Gelendzhik]. *Professional'noe tvorcheskoe soobshchestvo* [Professional creative community]. Available at: <https://www.beesona.pro/songs/leningrad> (acessed: 10.04.2024). (In Russ).
- Stivenson, L. (2019). *Katriona* [Catriona]. Moscow: Nigma Publ. (In Russ).
- Ual'der, T. (2018). *Martovskie idy. Most korоля Liudovika Sviatogo* [The Ides of March. The Bridge of King Louis the Saint]. Moscow: AST Publ. (In Russ).
- Unset, S. (1992). *Kristin, doch' Lavransa: v trekh knigakh* [Kristin, Lavrance's Daughter: in three books]. Saint-Petersburg: Northwest Publ. (In Russ).
- Ustinova, T. V. (2016). *Sakvoiazh so svetlym budushchim* [A bag with a bright future]. Moscow: Eksmo-press. (In Russ).
- Ustinova, T. V. (2020). *Razvod i devich'ia familiia* [Divorce and maiden name]. Moscow: Eksmo-press. (In Russ).
- Ustinova, T. V. (2021a). *Boginia pram-taima* [The Goddess of pram-time]. Moscow: Eksmo-press. (In Russ).
- Ustinova, T. V. (2021b). *Zakon obratnogo volshebstva* [The Law of Reverse Magic]. Moscow: Eksmo-press. (In Russ).
- Vigdorova, F. A. (1965). *Doroga v zhizn'. Eto moi dom. Chernigovka* [The road to life. This is my home. Chernihiv]. Moscow: Artistic literature Publ. (In Russ).
- Voinich, E. L. (2012). *Snimi obuv' svoiu* [I take off my shoes in my own way]. Moscow: AST Publ. (In Russ).
- Voinich, E. L. (2022). *Ovod* [Gadfly]. Moscow: AST Publ. (In Russ).
- Vysotskii, V. S. (2012). *Moia tsyganskaia* [My gypsy]. *Kaius! Kaius! Kaius!: stikhotvoreniia* [I repent! I repent! I repent: poems]. Saint-Petersburg: Amfora. (In Russ).

Author's information

Burovsky Andrey Mikhailovich – Candidate of Historical Sciences, Doctor of Philosophy, Professor, General Director of KIFAB LLC (office 9, Dubrovinsky str., 45A, Krasnoyarsk, 660017, Russia), member of the Union of Writers of St. Petersburg, member of the Union of Scientists of St. Petersburg, ORCID: 0000-0003-4225-8635, burovsky@mail.ru

For citation:

Burovsky, A. V. (2024). Women's novel – literature, wastepaper and... psychology. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 154-197. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-154-197](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-154-197)

УДК 791.43.01

5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-198-237](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-198-237)

**ЗАКАТ ЭСТЕТИКИ БУДУАРА.
СОВЕТСКИЙ СУБЪЕКТ В ЛАБИРИНТЕ ДЕКОРАТИВНОЙ
ИСТОРИИ И КУЛЬТУРНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ
1990-Х ГОДОВ В РОССИИ**



Николай Кедров,
Устюженский
политехнический
техникум
(Устюжна, Россия).

Nickolay Kedrov,
*Ustyuzhna Polytechnical
College (Ustyuzhna,
Russia).*

ORCID: 0000-0002-5047-8112
e-mail: nk149@yandex.ru

Для цитирования статьи:

Кедров, Н. Г. (2024). Закат эстетики будуара. Советский субъект в лабиринте декоративной истории и культурная революция 1990-х годов в России. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 198-237. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-198-237](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-198-237)

Аннотация. В статье рассматриваются российские телесериалы «Королева Марго» «Графиня де Монсоро» в контексте социокультурных изменений, происходивших в России в 1980 – 1990-е годы. Художественный стиль этих телепроектов исследуется в сравнении с французской и советской

198

традициями экranизации произведений А. Дюма. Для французского кино и телевидения во второй половине XX века было характерным движение от легких полукомедийных постановок к глубокой реконструкции, погружающей зрителя в исторический контекст эпохи. В Советском Союзе сложился особый художественный стиль экranизаций, в ущерб историчности, подчеркивающий присущие творчеству писателя элементы театральной декоративности. Эти приемы, подобно «эзопову языку» советской литературы, успешно помогали деятелям кино и телевидения обойти существовавшие в советской культуре табу и запреты. В 1990-е годы произошло, сравнимое с революцией, изменение функциональных задач отечественного телевидения. Несмотря на сохранение в течение некоторого времени инерциального движения в прежнем стилистическом русле, свидетельством чему могут служить отмеченные выше телесериалы, происходит постепенный распад основ советской модели визуализации. Российской телевидение все более становилось частью культурыиндустрии, теряя при этом свои прежние отличительные особенности.

Ключевые слова: советское телевидение, российское телевидение, экranизации произведений Дюма, телесериал, визуализация, художественный стиль, культурные изменения.

Одной из очевидных черт социокультурного облика современной России является ностальгия по всему советскому. В соответствии со сложившимся в общественном сознании стереотипом, существовавший в СССР социально-политический строй предстает едва ли не идеалом социальной справедливости, равенства и порядка. При этом обычно забывается печальный финал советской истории, когда жившие в этом «идеальном мире» люди стали массово отказываться от ценностей и социальных практик общества «развитого социализма». И если, сегодня, мы всерьез заинтересованы в стабильности российского социума, то должны поставить во главу угла современных гуманитарных исследований изучение эволюции советского субъекта в различных аспектах его социального бытия. Рассматриваемый в настоящей работе сюжет является частью авторского

публицистического проекта, направленного на изучение социокультурных трансформаций и выявление символических доминант культурного пространства 1980 – 1990-х годов. Изучение культурного фона, неотъемлемой частью которого во второй половине XX века стало телевидение, позволяет увидеть социальные, этические и эстетические предпочтения российского обывателя, лучше понять мотивы его экзистенциального выбора, во многом определившего динамику и направление развития событий этой драматической эпохи.

Так от чего все-таки устал советский зритель?

В Советском Союзе телевидение являлось инструментом партийной пропаганды и частью просветительского проекта «строителей коммунизма». Обратной стороной такой функциональной направленности была его монотонность. В справедливости этого тезиса легко убедиться при знакомстве с типичной программой телепередач тех лет. В последней, обращало внимание большое число присутствовавших в эфире откровенно дидактических телепрограмм и сюжетов. Дело доходило даже до того, что демонстрировались целые блоки занятий по учебным циклам средней школы и ПТУ. Для более искушенной публики существовали различные научно-популярные рубрики: «Очевидное-невероятное», «В мире животных», «Клуб путешественников» и т. д. Просветительская функция советского телевидения существенно дополнялась и большим числом документальных фильмов. Ввиду ограниченности развлекательного

контента феноменальный успех знаменитых «КВН» и «Что? Где? Когда?» был во многом обусловлен и тем, что они были едва ли не единственными игровыми шоу на советском телевидении. Огромное количество времени отдавалось трансляциям концертов, однако показывали в основном выступления симфонических ансамблей, коллективов «народного творчества» и художественной самодеятельности. Поэтому на экране чаще можно было лицезреть «бенефис» каких-нибудь колхозно-совхозных дарований нежели хиты звезд тогдашней эстрады. Художественные картины, ежедневно демонстрируемые на ТВ, тоже были обычно пресными. Поэтому, когда в эфир «проскакивал» действительно интересный фильм его анонс в программе, сопровождали эпитетом «остросюжетный».



Даже «интеллигент» Пьер Безухов (Сергей Бондарчук) на фоне военных приготовлений выглядит пафосно и патетично. Кадр из эпопеи «Война и мир» (1965–1967) во многих аспектах определившей развитие советского исторического кино. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3AahfS>

201

В 1990-е годы произошла радикальная смена основной функции отечественного телевидения с пропагандистско-просветительской на развлекательную. Первопроходцем шоу нового жанра стала передача «Поле чудес», разработанная В. Н. Листвьевым по образцу уже существовавших к тому времени западных аналогов. Первоначально правда суть происходящего на «капитал-шоу» не столь уж отличалось от известных советскому зрителю интеллектуальных игр. Однако, со временем проект превратился в подлинную всероссийскую «ярмарку тщеславия» обывателей. Кто-то из числа участников шоу пытался потчевать ведущего огурцами домашнего засола, кто-то демонстрировал полученные на блошином рынке навыки торговли, кто-то, думая о высоком, декларировал собственные стихи, а кто-то просто хотел увидеть себя по телевизору. В общем люди изгалялись как могли. Продюсеры быстро оценили этот оглушительный успех. Игровые шоу в 1990-е годы стали появляться как грибы: «Счастливый случай», «Звездный час», «Любовь с первого взгляда», «Брейн ринг», «Своя игра», «Устами младенца», «Угадай мелодию» и многие другие. Значительно выросло количество и тематическое разнообразие юмористической телепродукции: «Маски-шоу», «Городок», Клуб белый попугай», «Сам себе режиссер», «Джентльмен шоу» и т. д.

Широкое распространение в 1990-е годы приобрела реклама, которая, по словам М. Хоркхаймера и Т. Адорно, представляет собой «жизненный эликсир» культурыиндустрии [Хоркхаймер & Адорно 1997: 202]. У непривычных к капиталистическим принципам

организации медиасреды зрителей ее засилие вызывало возмущение, а отдельным романтикам, попытавшимся противостоять естественному ходу вещей, последнее могло стоить и жизни. Тем не менее очаги возмущения уходили в пустоту, а запреты держались недолго. Реклама стала неотъемлемой частью телеэфира, а среди множества простеньких, зачастую безвкусных клипов можно было встретить настоящие шедевры, каковой, например, стала серия рекламно-исторических роликов «Банка-империал».



Граф Суворов на пиру у Екатерины Великой все же пригубил «беленькой». Великий полководец в непривычном для классического советского кинематографа амплуа царедворца-манипулятора из ролика «Банка-империал» стал героем многочисленных шуток и мемов.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CfeGY>

Наконец, в жизнь российского обывателя пришли безжалостные убийцы времени – сериалы. В Советском Союзе за редчайшими исключениями продолжительность телевизионных серий не превышала 4 – 6 эпизодов. Поэтому многосерийные «мыльные оперы» стали для отечественного зрителя настоящим открытием. Вслед за мексиканским телесериалом «Богатые тоже плачут», запустившим шоу этого формата в России (демонстрировавшийся ранее сериал «Рабыня Изaura» на советском ТВ был сокращен до 15 серий), потянулись «Просто Мария», «Дикая Роза», «Тропиканка», ну и конечно же «Санта-Барбара» показ которой на отечественном телеэкране растянулся вообще на целое десятилетие. Популярность сериалов была во многом обусловлена тем, что телезрители наконец-то смогли увидеть на экране обычных людей (то есть, по сути самих себя) со всеми своими заботами и недостатками, ибо «демонстрация одних только положительных образцов не более убедительна, чем фотография на доске почета» [Рапорт 2013: 28]. Во второй половине 1990-х годов стало заметным жанровое разнообразие транслируемых сериалов. Среди них можно отметить зарубежные детективы: «Коломбо», «Детективное агентство "Лунный свет"», «Пуаро Агаты Кристи» и другие, а также фантастические сериалы: «Горец», «Секретные материалы», «Вавилон 5» и иные, кроме того были и чисто молодежные проекты: «Элен и ее друзья», «Карин и ее собака» и т. д.

Как раз необычайная популярность зарубежного сериального формата в 1990-е годы и подтолкнула отечественных

продюсеров и режиссеров к тому, чтобы заняться освоением нового для них телевизионного жанра. Вполне понятно, что практически сразу же их привлекла историческая тематика. Этому вектору способствовали как богатство русской истории и культуры, (которое могло послужить неисчерпаемым «колодцем» сюжетов), так и уже сложившиеся ранее традиции отечественного кинематографа (в рамках которого уже существовала развитая школа экranизации литературных произведений). Первым российским сериалом большого формата поставленным на условно историческую тему стали «Петербургские тайны» (1994 – 1998), снятые по мотивам малоизвестного романа В. В. Крестовского. Во второй половине 1990-х – начале 2000-х годов зрителю были представлены и ряд других любопытных сериальных проектов. В этом ряду особенно выделяются два сериала снятые по мотивам романов А. Дюма-отца: «Королева Марго» (1996) и «Графиня де Монсоро» (1997), продюсером которых выступил С. В. Жигунов. Более детальное обращение к этим проектам открывает возможность увидеть, в сравнении с французской традицией экranизаций творчества А. Дюма, некоторые особенности художественного стиля отечественного исторического кино и телевидения конца 1970 – 1990-х годов.

Французские экранизации Дюма: от «практики обращения» к «включенному наблюдению»

Любопытно что и французская и российская традиции экранизаций произведений А. Дюма во второй половине XX века

отталкивались от одного кинопроекта. Им стал классический фильм Б. Бордери «Три мушкетера» (фр. «Les Trois Mousquetaires», 1961), который можно считать одним из лучших образчиков европейского приключенческого кино 1960-х годов. В нем режиссер без особого пieteta отнесся как к роману Дюма, так и к историческому контексту и, по-своему же признанию, снимал вестерн, опрокинутый в более отдаленное прошлое [Dumont 2013].

Исторический фон в картине создавался главным образом посредством красивых декораций и костюмов. Тем не менее, исследователи отмечали наличие существенных анахронизмов в деталях. В картине приняли участие великолепные актеры: среди которых Ж. Барре, представивший образ до наглости самоуверенного Д'Артаньяна, а также ослепляющие своей красотой М. Демонжо (Миледи) и П. Прадье (Констанс Бонасье). Однако фильм Бордери не оставлял места психологизму, главным в нем было действие, так что при просмотре порою казалось, что сюжет в картине всего лишь является неким дополнением к «основному блюду» – дракам и фехтовальным поединкам. Сами боевые сцены были весьма далеки от техники реального фехтования и заполнялись прыжками, кувырканиями и прочими цирковыми трюками, что придавало картине комедийный оттенок.

Также, в фильме был значительно переработан сюжет. И если первая часть картины «Подвески королевы» была хоть как-то соотносима с романом Дюма, то дальнейшее развитие книжной истории режиссер и сценарист, по-видимому, сочли скучным. Во второй части фильма – «Месть миледи» – появилась придуманная

интрига с тайным письмом герцога Бекингема, заключением Д'Артаньяна в Бастилию, его похищением и интрижкой с Миледи. Тем не менее фильм Бордери поразил зрителей своей легкостью, веселостью, карнавальностью. Бесстрашные мушкетеры в нем одного за другим убивали несчастных гвардейцев кардинала, а прекрасные женщины отдавались героям без особых раздумий.



Кажется, Д'Артаньян изобрел новый способ ношения шпаги. Жерар Барре и Перретт Прадье в фильме Б. Бордери. Непринужденный стиль чувствуется даже в деталях.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3AWRBT>

Эта картина была очень популярна у массового зрителя в том числе и в СССР. Вероятно, именно этот фильм указывал в качестве одного из наиболее ярких воспоминаний детства, позже исполнивший роль Шико в российском сериале «Графиня де Монсоро», А. Горбунов, при этом ошибочно полагая что главную роль в этой картине сыграл Ж. Маре [Горбунов 2010]. Свидетельством популярности может служить и тот факт, что спустя десятилетие появились две пародии на него. Уже в картине

Бордери слуги мушкетеров нередко попадали в кадр и выполняли роли куда более значимые, чем у простых статистов. Этот момент в свое время и привлек внимание комик группы «Шарло» и режиссера А. Юнебеля, которые совместными усилиями сняли две искрометные комедии (фр. «Les Quatre Charlots mousquetaires». 1974.), (фр. «Les Charlots en folie: À nous quatre Cardinal!», 1974.). Но, разумеется, во Франции среди деятелей кино и телевидения были и те, кто относился к наследию Дюма гораздо с большим пietetом.

В 1975 году режиссер Я. Андреи представил публике семисерийный сериал по мотивам романа «Графиня де Монсоро» (фр. «La Dame de Monsoreau», 1975) Свою экranизацию он выполнил в исключительно драматическом ключе. В целом действие фильма довольно близко к литературному оригиналу, лишь в ряде мест создатели немного сместили акценты и слегка упростили некоторые сюжетные линии. Так король Генрих III, сыгранный в Д. Манюэлем, в сериале приобрел более трагический чём в книге ореол. Если у Дюма он был показан слабым и неспособным правителем, то в постановке Андреи главное несчастье короля состояло скорее в том, что судьбой ему было уготовано править страной раздираемой религиозными и гражданскими распрями, в век лживых братских объятий и таящихся за углом убийц.

Любовь рыцарственного графа Де Бюсси (Н. Сильбер) и прекрасной Дианы Де Меридор (К. Петэрсон) в сериале также была буквально «раздавлена» политикой. И лишь один королевский шут Шико, великолепно сыгранный М. Кретоном, умело прибегая как к лицедейству, так и к шпаге, оказался способен противостоять

предательству и несправедливости. В сериале были блестяще продуманы и поставлены фехтовальные поединки. Особенно эффектно смотрелась сцена столкновения Де Бюсси с миньонами короля Генриха на залитой лунным светом парижской улице. Вдумчивому осмыслению зрителем представленной в сериале истории, несомненно, способствовали слегка приглушенные тона экранной картинки и глубокая успокаивающая музыка.



Джокер в рукаве короля Генриха III. Гениальное исполнение роли Шико Мишелем Кретоном сделало его персонажа центральной фигурой в сериале «Графиня де Монсоро» Я. Андреи.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3Cfe08>

Еще одной экранизацией Дюма, настраивающей зрителя на серьезный лад, стал, увидевший свет в 1979 году сериал Дени де Ла Пательера по роману «Граф Монте-Кристо» (фр. «Le Comte de Monte-Cristo», 1979). Главную роль человека, выступившего орудием провидения, в нем великолепно исполнил Ж. Вебер. Сам сериал был настолько близок к литературному первоисточнику, что

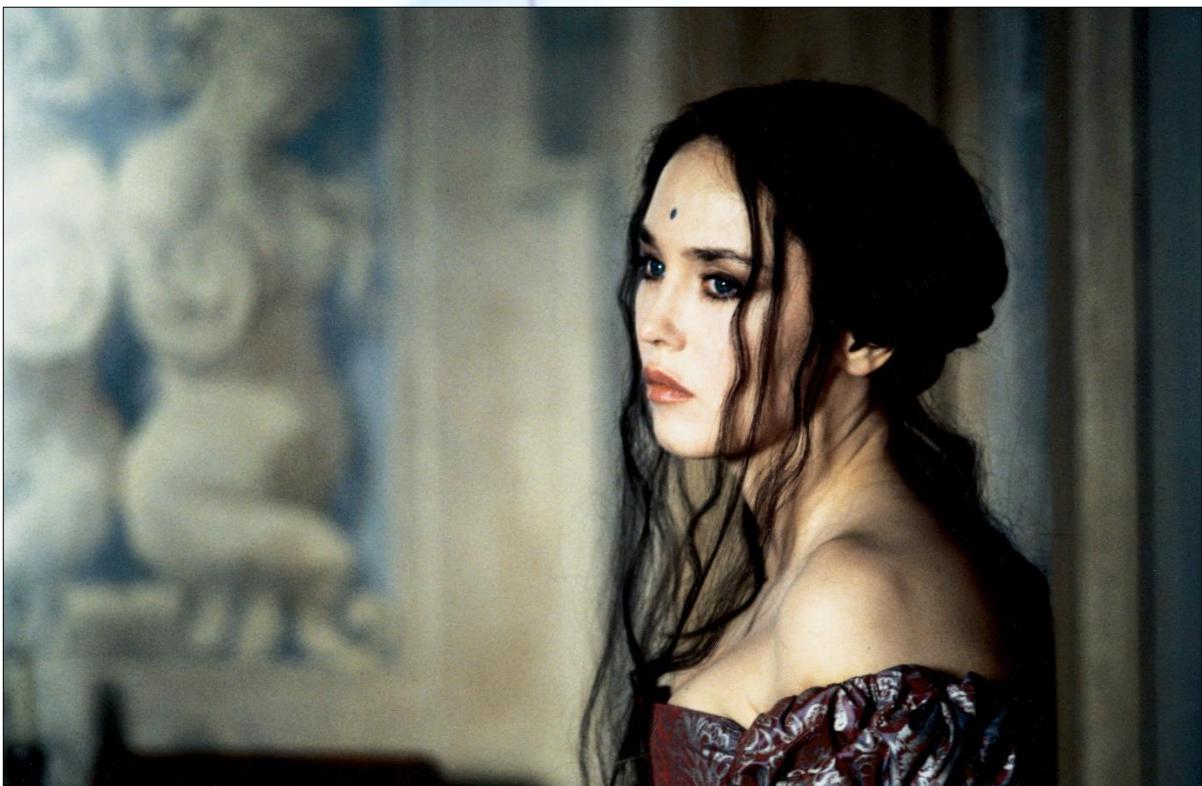
его можно считать одной самых аутентичных в великом сонме экранизаций произведений знаменитого писателя. Оба проекта со временем стали классикой французского исторического телевидения.

Вместе с тем говоря об историзме экранизаций Дюма следует иметь в виду то, что сам писатель очень свободно относился к «материи» прошлого. А. Моруа весьма иронично замечал по этому поводу: «Дюма мял юбки Клио, он считал, что с ней можно позволить любые вольности при условии, что сделаешь ей ребенка» [Моруа 1986: 165]. Тем не менее французские деятели кино и телевидения со временем задумались о придании своим экранизациям большего реализма. Так уже постановка Я. Андреи упрощала некоторые сюжетные перипетии романа. Например, создатели сократили цепь придуманных Дюма событий с «гласом Господним», предшествующих изгнанию Сен-Люка. По мысли писателя они демонстрировали эффективность Генриха III, но выглядели довольно малоправдоподобно. Исключенной из сериала оказалась и дуэль миньонов и анжуйцев – факт которой действительно имел место в прошлом, но был совершенно переинчен и искажен автором романа на свой лад. Эти изменения не сильно повлияли на развитие сюжета, но способствовали большей интеграции действия в исторический контекст.

Однако, настоящим прорывом на этом пути суждено было стать «Королеве Марго» (фр. «La Reine Margot», 1994) П. Шеро с блестательной И. Аджани в главной роли. В этом фильме режиссер

показал, как должно было бы разворачиваться действие одноименного романа Дюма, если бы оно происходило непосредственно в XVI веке. По мнению специалистов, создатели фильма провели скрупулезную подготовительную работу, подробно ознакомившись с деталями быта и нравов иллюстрируемой ими эпохи, вплоть до мелочей [Фролова & Перевалова 2021: 96]. Прежде всего, Шеро отказался от демонстрации декоративной истории – там, где разодетые в кружева и бархат утонченные кавалеры ведут непринужденные диалоги с обходительными дамами в пышных платьях. Герои «Королевы Марго» Шеро говорят обыденным языком, а их наряды запачканы грязью, а еще чаще человеческой кровью. Хорошо, что кино не способно передавать запахи, а то при просмотре фильма мы неминуемо бы почувствовали зловонья парижских улиц. Создатели фильма добавили действию откровенности. Если персонажи телесериала Я. Андреи в разговорах лишь допускали саркастические намеки на некоторые из нетрадиционных увлечений Генриха III, то Шеро в своей картине показал едва ли не сцену изнасилования им, тогда еще принцем, своей сестры Маргариты Валуа. В «Королеве Марго» Шеро правят бал не куртуазная влюбленность и изысканные манеры, а жестокость и страсть. Развитие сюжета в его экranизации происходит лаконичнее, но при этом режиссер, упрощая присущее роману Дюма хитросплетение интриг, удивительным образом смог расширить исторический контекст. Та же печально знаменитая Варфоломеевская ночь, из набора дуэлей между отдельными

персонажами в изображении романиста, в экранизации превратилась в действительно эпохальную резню, каковой она и была, судя по историческим данным. Парадоксально, но этот прием, связанный с упрощением и минимизацией сюжетных линий героев, помог режиссеру углубить мотивацию последних. В фильме они выглядели уже не книжными репликами исторических фигур, а настоящими детьми своего жестокого века.



Изабель Аджани в роли королевы Марго. Пятна крови на одеждах особенно хорошо заметны на фоне глубоких тонов экранной картинки.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CfexF>

Фильм Шеро получил многочисленные награды, а созданный им новый художественный стиль исторического кино быстро прижился в европейском кинематографе. С большим или меньшим успехом его пытались повторить М. Хассан в «Графине Де

Монсоро» (фр. «La dame de Monsoreau», 2008), Б. Тавернье в «Принцессе Де Монпансье» (фр. «La Princesse de Montpensier», 2010), Й. Байер в «Генрихе Наваррском» (нем. «Henri 4», 2010) и др. В конечном итоге фильм Шеро существенно повлиял на практику мирового кино и телевидения. Отголоски стилистики фильма можно обнаружить даже в ставшей одним из прообразов сериала нового типа «Игре престолов» (вполне вероятно, что сам Дж. Мартин списывал сюжет Красной Свадьбы именно с истории Варфоломеевской ночи).

Подводя итог этому разделу, мы можем отметить, как менялась стилистика французских экranизаций Дюма во второй половине XX века. Образно сравнивая работу кинематографистов с развитием этнических исследований, можно сказать, что Бордери отнесся к историческому и литературному материалу словно конкистадор, прибывший на вновь открытый материк и интенсивно взявшийся обращать туземное население в свою веру. В творческих подходах Андреи и де Ла Пательера чувствовалась скрупулезность этнографов XIX столетия, которые с точностью до знака описывали попавшую к ним эмпирику, лишь изредка давая себе право голоса для того, чтобы объяснить отдельные нестыковки. Шеро же в таком случае похож на современного ученого-антрополога, рассматривающего культуру в качестве контекста нашей жизни и пытающегося осмысливать доступные нарративы согласно, реконструированной им же самим же, системе ментальных координат исследуемого сообщества.

Любопытно, что практически в одно время со съемками «Королевы Марго» Шеро, С. В. Жигунов запустил в производство свой сериал по тому же роману Дюма. Во время работы над сериалом Жигунов и Шеро встречались, обсуждали свои проекты и пришли к выводу о наличии в них значительных отличий. Французский режиссер, по словам Жигунова, заявил, что он снимает драму в стиле Шекспира, на что первый ответил: «у нас (в России – Н. К.) Дюма любят» [Жигунов 1996].



Оказывается брыжи можно было носить и с расстегнутым воротником...

Кадры из фильма «Королева Марго» (1994) и сериала «Графиня де Монсоро» (1997): отличия в стилистике заметны невооруженным взглядом.

Изображения размещены в свободном доступе на платформах:

<https://lyl.su/rdK6>

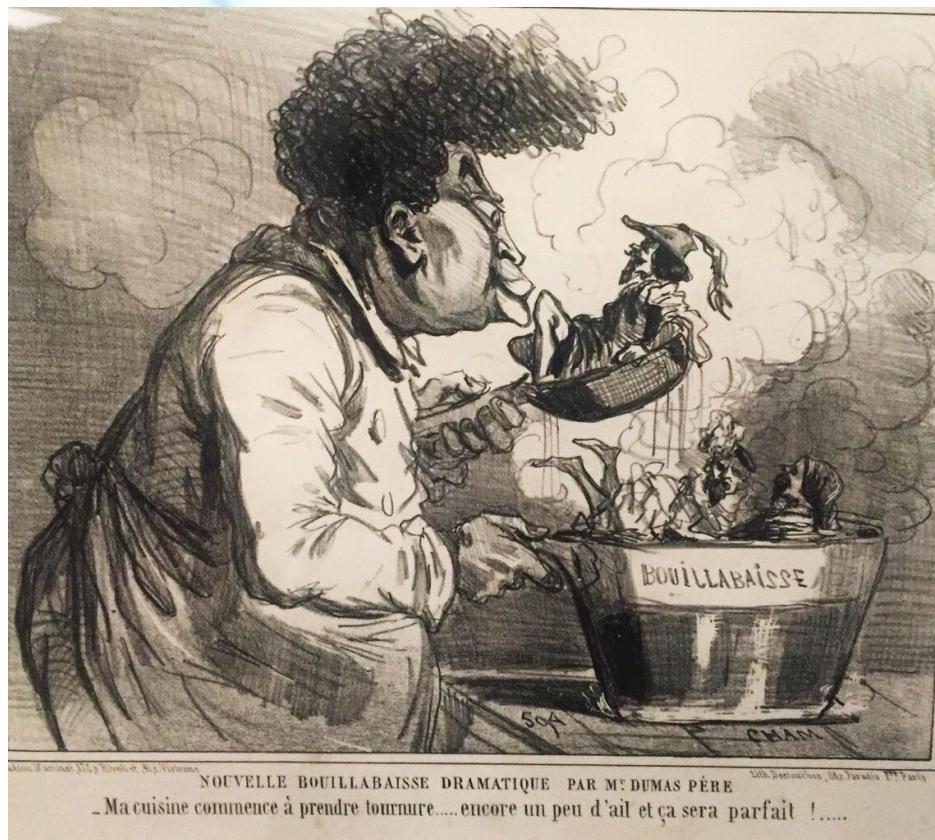
<https://lyl.su/3KOi>

Дюма и советское телевидение: эстетика будуара

Александр Дюма-отец жил в эпоху, когда потрясающая распущенность нравов непостижимым и парадоксальным образом соседствовала со строжайшим морализмом. Победившая в результате Великой французской революции буржуазная мораль вынуждена была скрываться под маской изящных манер и лживого осуждения порока, принесенных Реставрацией. Многие из современников писателя пытались, каждый по-своему, решить это противоречие. Не был исключением и сам Дюма.

По сути дела, оба романа и «Королева Марго» и «Графиня де Монсоро» были посвящены теме адюльтера. Будучи сам известным ловеласом Дюма, однако, не мог прямо пропагандировать последний. Поэтому, начиная еще со своих ранних драматических произведений, он обряжал адюльтер в «одежды» сентиментальных историй, в которых внебрачные связи выставлялись едва ли не эталонами высшей добродетели. Для Маргариты Наваррской любовная связь с Лераком де Ля Молем в изложении писателя превратилась, в своего рода отдушину от политики и придворных интриг, а для Дианы де Меридор чувства к Луи Де Бюсси стали спасением от уз навязанного ей брака с ненавистным человеком. Если учесть печальный исход обоих романов, то в представленных писателем историях сложно не обнаружить критики института клерикального брака.

При этом вряд ли можно обвинить А. Дюма-отца в особой политической ангажированности его художественных произведений. Но ему как стороннику республиканской формы правления, жившему в эпоху реставрации монархии, вероятно доставляло удовольствие изображать августейших особ в своих книгах почти сплошь слабыми и капризными. Разумеется, в воплощении обеих этих интенций Дюма не переходил грани дозволенного светским обществом своего времени. Этому способствовала присущая его романам театральность, в рамках которой плотские отношения описывались при помощи полутонаов и намеков, а от интонации или тембра произнесенных на сцене фраз, порою зависел весь смысл сказанного.



Известная карикатура: Дюма варит исторический суп.
Современная публика, как известно, натуральным продуктам
предпочитает готовые блюда.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3AaTz3>

Советское общество также вышло из «горнила» революции, а к периоду своего заката ему был свойственен суровый морализм. Официальная идеология Коммунистической партии накладывала определенные табу на освещение ряда политических и социальных вопросов. До определенного времени эти установки соответствовали ожиданиям советского общества, преимущественно вышедшего из деревни. Но жизнь всегда сложнее теоретических схем. Поэтому не удивительно, что со временем советские сценаристы и режиссеры также прибегли к испытанному «оружию» классиков.

Мода на экranизации на советском телевидении распространилась после потрясающего успеха «Д'Артаньяна и трех мушкетеров» Г. Э. Юнгвальд-Хилькевича (1979). Режиссер во многом опирался на отмеченные выше французские экranизации знаменитого романа. Оттуда пришли общая веселость и откровенно цирковой стиль фехтовальных поединков. Но было в постановке и кое-что свое. В картине за фасадом легковесного приключенческого мюзикла скрывалась остройшая политическая и социальная сатира. Например, в советских масс-медиа само собой было невозможно рассказать о том, что КГБ пристально следит за частной жизнью отдельных граждан. А вот спеть и гривую песенку о том, что во Франции второй четверти XVII века все тайны «маленького человека» известны всесильному кардиналу Ришелье оказалось вполне допустимо.

Особенно показательным в этом отношении был сюжет о «союзе» кардинала и галантерейщика Бонасье. Когда последний соглашается шпионить и наушничать за собственной женой, Ришелье произносит реплику о том, что галантерейщик является честным человеком. Этот момент превосходно демонстрирует появление ко времени выхода фильма у советской морали «второго дна». Иначе прозвучавший намек просто не был бы понят зрителем. То же самое можно сказать и о демонстрации сферы личных отношений. Завернутые в обертку показного советского благочиния сцены встреч Д'Артаньяна и Констанции, герцога Бекингема и Анны Австрийской (где влюбленные ограничивались томными взглядами да поцелуями в щечку), а также пошлые намеки

мушкетеров во время попоек на любовные похождения друг друга давали возможность советскому зрителю самому додумать то, что осталось за кадром.



Глядя со стороны, можно подумать они просто коллеги...

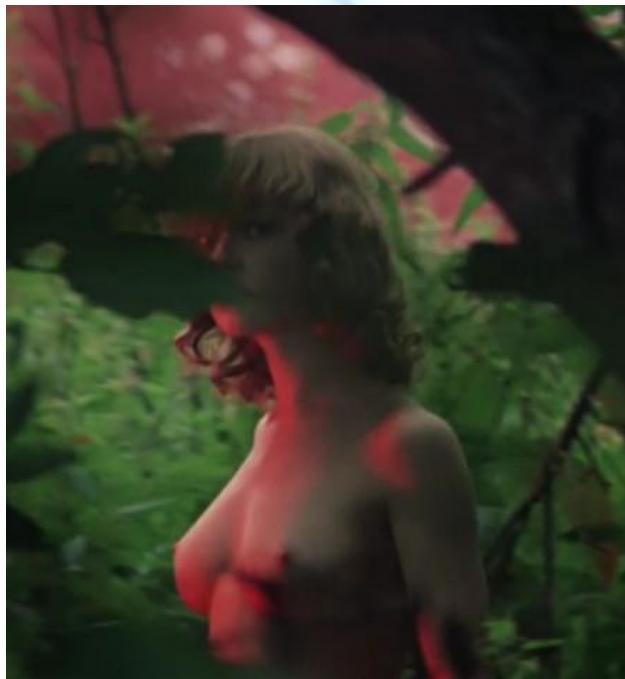
Алексей Кузнецов (герцог Бекингем) и Алиса Фрейндлих (Анна Австрийская) изображают вспыхнувшие между их персонажами чувства при помои доступных художественных средств.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/41bQ>

Современные исследователи архетипического измерения отечественной культуры отмечают, что в классическом послевоенном советском кино «семья предстает основой бытия, мерилом мира, и единственной формой коллективного существования людей» [Маленко & Некита 2023: 134]. Появившиеся с конца семидесятых годов многочисленные отечественные импровизации на тему «галантного» века: «Собака на сене» (1978), «Стакан воды» (1979), «Летучая мышь» (1979), «Формула любви» (1984), «Дон Сезар Де Базан» (1985), «Узник замка Иф» (1988)

«Сирано Де Бержерак» (1989) каждая по-своему показывали реалии межличностных отношений уже гораздо сложнее, чем они подразумевались советской концепцией человека. Впрочем, определенных границ дозволенной откровенности эти фильмы также не переходили. Ведь нельзя же рассматривать в качестве полноценных эротических сцен эпизод с растягиванием верхней пуговицы на платье, сопровождающей графа Калиостро помещицы Марии Ивановой (актриса Е. Валюшкина) в «Формуле любви» или обворожительный танец цыганки Маританны в исполнении А. Самохиной из фильма «Дон Сезар Де Базан».

Иными словами, советское кино не переносило действие романтических моментов в альков. В результате сложился своеобразный стиль демонстрации интимных отношений, который может быть образно назван эстетикой будуара. В рамках такого подхода человеческие страсти и пороки прятались среди пышных исторических декораций, а сексуальное влечение персонажей друг к другу передавалось с помощью высокопарных пассажей, многозначительных намеков, выразительной мимики и иных приемов из арсенала сценического искусства. Схожие методы визуального минимализма использовались при изображении насилия и брутальности. Несмотря на присутствие боевых сцен в советских проектах исторического жанра, существовало табу на демонстрацию крови, а самим поединкам как правило придавался либо комедийно-гротесковое, либо подчеркнуто изящно-декоративное обрамление [Сальникова 2022].



Уже совершенно полноценная эротическая сцена с Еленой Валюшкиной в фильме «Формула любви» (1984). Создатели картины поместили ее в двойной контекст: смысловой (греза героя) и визуальный (природное обрамление). Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3AWS4T>

Ко времени завершения советской эпохи к указанным выше чертам визуализации классики добавился еще один мотив – это интерес ко всему сверхъестественному. И если в «Формуле любви» спиритические сеансы графа Калиостро представлялись создателями фильма как фарс и, говоря современным языком, «развод» на деньги недалеких и доверчивых русских помещиков, то уже в «Узнике замка Иф» аббат Фариа, пытаясь понять причины заключения Эдмона Дантеса в тюрьму впадает в мистический транс и узнает правду именно в ходе этого «свидания с астралом». В подобных эпизодах можно здимо обнаружить отголоски кризиса рациональности советского человека, его усталость от всепроникающей естественно-научной эпистемологии окружающего бытия.

Известный исследователь русской культуры XX века С. Волков, полагал, что в поздний период истории СССР помимо «советского»

и «антисоветского» формируется еще один сегмент культурного пространства. Автор обозначил его как «несоветский» и рассматривал как раз в этом ключе творчество А. А. Тарковского, фильмы которого никак не покушались на официальную идеологию, но стилистически были совершенно отличны от присущих советскому искусству моделей визуализации [Волков 2011: 257]. Развивая предложенную исследователем типологию, отечественные исторические экранизации конца 1970 – 1980-х годов можно определись как квазисоветское кино. В них под покровительством верности тексту первоисточников и при общем соответствии общепринятому художественному языку уже проглядывали ценности совсем иного общественного порядка.

Откровение, ставшее нормой: советский визуальный стиль и культурные перемены 1990-х годов

С. В. Жигунов, приступая к самому амбициозному для российского телевидения 1990-х годов сериалному проекту отнесся к делу с должной серьезностью. В качестве одного из базовых принципов в обоих сериалах была положена близость сценариев к тексту романов Дюма. Также, А. А. Муратов и В. М. Попков выступившие режиссерами (первый в «Королеве Марго», второй в «Графине Де Монсоро») отказались от игристо-гротескового стиля советских постановок, сериалам был придан пафосно-торжественный оттенок. С большим вниманием в экранизациях были продуманы фехтовальные сцены, которые по мнению специалистов не только в общих чертах соответствовали технике поединков боевым оружием XVI века, но и способствовали

раскрытию характеров отдельных персонажей [Юн 2022]. Однако во многих других аспектах сериалы были наследниками уже ранее сложившейся традиции. Говоря об этом следует отметить и низкий темп и определенную камеральность и некоторую театральную наигранность во взаимодействии персонажей. В то самое время, когда на родине знаменитого писателя режиссеры пошли путем расширения исторического контекста через упрощение действия, для российских экranizаций Дюма напротив было характерно усложнение сюжетных линий и сгущение драматизма.

К и без того насыщенной связи политических и любовных интриг в романе «Королева Марго» российские сценаристы решили добавить спиритуалистки и мелодраматизма. В результате сериал получился о влиянии гороскопов, предзнаменованиях судьбы, фамильных проклятьях, любовной ворожбе и прочей чертовщине. Дело доходило до смешного, так, например, один из планов побега Генриха Наваррского провалился как раз потому, что на, на небе не сошлись звезды, а бесстрашный протестантский воин Де Муй (Н. Каракенцев) вдруг открыл в себе тягу к астрологии, да так, что стал учеником мэтра Рене и решил занять «должность» парижской гадалки. Вместо связи Маргариты и де Ля Моля сценаристы решили создать полноценный любовный треугольник, дополнив переживания юной королевы Наваррской возникшими чувствами к своему законному супругу.

Сама же реальная историческая Маргарита Валуа, правда, описывала супружеские отношения при помощи античных

аллегорий о некой римлянке, которой пришлось скрывать, что муж в постели источал неприятный запах [Маргарита де Валуа 2010: 51].



У Маргариты Валуа (Евгения Добровольская) и Генриха Наваррского (Дмитрий Певцов) семейная размолвка? Чем-то похоже на фильм «Любовь и Голуби» (1984) только в историческом контексте.

Кадр из сериала «Королева Марго» (1996).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3AaTFP>

В сериале после проведенной с супругом ночи Марго действительно испытывает некоторую брезгливость и чувство отвращения, но только уже по отношению к себе, поскольку видит в возникших чувствах к Генриху предательство де Ля Моля. Возможно, этот сюжетный ход действительно мог поучиться очень эффектным, вот только Маргарита (Е. Добровольская) в сериале выглядела слишком слабой и податливой, как для своей

исторической, так и книжной визави. А вот Генрих Наваррский (Д. Песков) из загнанного в ловушку благородного рыцаря у Дюма, превратился в полноценного игрока, который без особого сожаления приносит в жертву людей и легко меняет любовниц.

Отечественную экranизацию «Графини Де Монсоро» многие специалисты и зрители по праву считают лучшим российским историческим сериалом. Он отличался более внимательным отношением сценаристов к литературному первоисточнику и практически идеальным кастингом актеров. В итоге зрители увидели блестящего Де Бюсси (А. Домогаров), импозантного Шико (А. Горбунов), одновременно галантного и непосредственного Сен-Люка (Д. Марьянов), подверженного перепадам настроения короля Генриха (Е. Дворжецкий), воплощенное зло в лице герцога Анжуиского (К. Козаков).

Однако совершенно особенно в этом калейдоскопе великолепных образов выделяются граф Б. де Монсоро и его несчастная супруга. В исполнении Ю. Беляева главный ловчий Франции превратился из мелкого самовлюбленного интригана, каким он выглядел в экranизации 1971 года (актер Ф. Мэстр), в настоящего охотника на крупную дичь, у которого вспышки саморазрушающих страстей (вожделение, тщеславие, ревность) соседствовали с острым проницательным умом. Конечно же К. Петерсон была очень хороша в роли героини печального образа, но Г. Мариани придала своему персонажу совершенно новое качество. Сложность роли заключалась в том, что у ее героини не так много сюжетного действия. Диана не плела козни

подобно королеве-матери и не участвовала в политических интригах двора как Маргарита Наваррская. Воплощение этого образа потребовало от актрисы тонкой, по истине микроэмоциональной игры. В итоге Мариани не только великолепно справилась с этой задачей, но и смогла создать один из самых запоминающихся и прекрасных образов российской экранной женской эстетики 1990-х годов.



Де Бюсси (Александр Домогаров) и Диана (Габриэлла Мариани) ведут беседу о супружеском долге и дворянской чести, похоже им не до низменных страстей.

Кадр из сериала «Графиня де Монсоро» (1997).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3ATNiV>

Однако и в этом сериале не обошлось без усложнения сюжетных линий. В частности, углублению мелодраматизма способствовало появление в экранизации нового персонажа – прекрасной шпионки Генриха Наваррского – Габриэль де Ториньи, которая, получив от влюбленного в Диану де Бюсси, несколько отказов от предложения уединиться, отомстила своему несостоявшемуся кавалеру, скрыв от него информацию о хитро расставленной ловушке. В ряде моментов



Поскольку Герцог Анжуйский (Кирилл Козаков) и Габриэль Де Ториньи (Анна Дубровская) постоянно заняты плетением интриг, времени на плотские утешки у них видимо тоже остается немного. Кадр из сериала «Графиня де Монсоро» (1997).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3ATLBd>

создатели стремились придать и без того излишне театрализованному действию романа Дюма дополнительную декоративность. Эта черта особенно заметна в линиях взаимоотношений Шико – Генрих III, Шико – брат Горанфло. В результате король, из трагической фигуры в исполнении Д. Манюэля французской постановки, превратился в чисто комединого персонажа, а некоторые сцены выглядели совершенно наигранными, несоответствующими духу своего времени. Не отличался российский сериал «Графиня де Монсоро» и какой-либо сверхоткровенностью. В соответствии с существующей традицией интимные сцены создатели предпочли спрятать за ширму будуара.

В целом продюсер и режиссеры предложили российскому зрителю продукт очень и очень достойного качества. Вот только художественный стиль российских сериалов «Королева Марго» и «Графиня де Монсоро» ко времени их выхода выглядел уже несколько старомодным. 1990-е годы были временем абсолютной творческой свободы, когда всякий морализм оказался отброшен. На место апробированных в советском кино и телевидении приемов приходили иные модели визуализации. Табу на демонстрацию насилия и секса больше не работали. Разумеется, эти перемены в первую очередь коснулись «современных» жанров и в первую очередь боевиков. Однако не отставало от них и историческое кино. Даже вышедшие ранее продолжения приключений мушкетеров («Мушкетеры двадцать лет спустя», 1992)

и гардемаринов («Виват, гардемарины!», 1991) отличались куда большей степенью экранной откровенности.



Экранная эротика в российских исторических постановках начала 1990-х годов, несмотря на исчезновение запретов, сохраняет определенные рамки приличия, для чего операторы умело используют светотени.

Кадры из фильмов: «Виват, гардемарины!» (1991) и «Мушкетеры двадцать лет спустя» (1992).

Изображения размещены в свободном доступе на платформах:

<https://clck.ru/3AWT8i>

<https://clck.ru/3AWSso>

Отличие революции от переворота состоит в том, что первая охватывает все поры социального организма. Еще одно отличительное качество связано с тем, что революция не одномоментна и как правило развивается в несколько этапов. Все это применимо и к переменам в российской культуре 1990-х годов. К концу десятилетия место вполне невинных интеллектуальных игр на телевидении занимали различные реалити-шоу, такие как: «За стеклом», «Остаться в живых», «Дом 2», в которых на первый план выходили мотивы социального выживания и практически публичного, практически на глазах у всей страны, поиска половых партнеров.

Пропедевтические сериалы, рассказывающие зрителям о принципах ведения бизнеса («Горячев и другие», 1993-1994),

сменились на такие, в которых уже в качестве нормы социального поведения демонстрировался стиль жизни нового предпринимательского класса («День рождения буржуя», 2000). Типологически схожие изменения произошли и в российской исторической литературе. Так, место романов В. Пикуля, в которых за героической патетикой проглядывало любование автора размеренностью жизни при «старом порядке», заняли перенасыщенные действием, как в голливудских боевиках, детективы Б. Акунина, в рефрене которых можно было разглядеть лишь эпикурейские ценности. Подвиги, экзальтированных



В таких ситуациях логичным выглядит предложение «пойти прогуляться». Фильм «Турецкий гамбит» (2005) Д. Файзиева в сравнении с историческими сериалами 1990-х годов отличался уже значительно большей экспрессией.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3AaXds>

утопическими идеями, исторических героев из произведений Л. Ф. Воронковой уступили место любовным похождениям сказочно богатых самаркандинских купцов, с большим изяществом описанных

в романах Мастера Чень (Д. Е. Косырев). В российской культуре был налицо процесс повсеместного утверждения буржуазных ценностей.

Российские проекты «Королева Марго» и «Графиня де Монсоро» стали источником непродолжительной моды на исторические сериалы. Вот только у российского зрителя к тому времени появилась возможность сравнивать отечественный телевизионный продукт с западными аналогами. В «Королеве Марго» и «Графине Де Монсоро» выкристаллизовались лучшие черты художественного стиля отечественных исторических телезранизаций конца 1970–1990-х годов. Однако культурындустриниально свойственно типологизировать и стандартизировать творческий процесс. Поэтому эфирное время все чаще стали занимать телепроекты, сценарии которых в той или иной степени воспроизводили сюжеты западных кино и сериалов, но, тем не менее, все же были куда более динамичными и экспрессивными по своему стилю. Неслучайно, особенности отечественных адаптаций западного кино и телевидения сегодня уже рассматривается в качестве самостоятельной темы научного исследования [Казючиц 2018].

Очевидно все эти изменения хорошо чувствовал и сам С. В. Жигунов, выступивший главным застрельщиком сериалов «Королева Марго» и «Графиня де Монсоро». Пятнадцатью годами позже, вновь обратившись к бессмертному наследию Дюма, он предложил российскому зрителю уже совсем иной по своей художественной стилистике проект.

**Вместо заключения:
несколько замечаний о диалектике культуры и личности
в позднем СССР**

Отечественным историческим экранизациям конца 1970–1990-х годов был присущ особый художественный стиль, отличный от моделей визуализации, характерных как для классического советского, так и современного российского кино и телевидения. Выпадал он и из общемировых трендов развития кино второй половины XX века. В основе этой специфической модели визуализации, по нашему мнению, лежат особенности эволюции общественно-политического строя в СССР. Устойчивость последнему в классический период советской истории придавала взаимосвязь государства и общества. Оборотной стороной этой «медали» было недостаточное внимание к индивидуальным потребностям личности. По мнению современных исследователей, соцреализм «привозглашенный единственно правильным творческим методом, вел к унификации манер и стилей, объективно способствовал единообразию, рождению определенных канонов и догм» [Фетисова 2015: 168]. По мере роста образованности советского субъекта, дифференциации его материальных и духовных потребностей, присущие советской культуре монотонность и цензурные ограничения становились препятствием на пути дальнейшего его развития.

Очевидно, что эти, сужающие интеллектуальные горизонты личности, свойства художественного стиля социалистического реализма были (возможно одними из первых) обнаружены

деятелями советского кино. А. Г. Некита и С. А. Маленко фиксируют произошедшее уже в послевоенном кинематографе смещение акцентов с социальной на экзистенциальную проблематику [Некита & Маленко 2022: 106]. Но этим трансформация советской культурной системы не ограничилась. Сложившиеся к 1970 годам модели визуализации не позволяли описывать иначе чем в критическом или комическом контекстах отдельные стороны человеческого бытия (сложные коллизии межличностных отношений, насилие и брутальность, отдельные формы духовного опыта людей).

В качестве варианта решения этой проблемы советским телевидением была выработана практика апликации этих явлений в поле иного культурного пространства, посредством специфического художественного стиля, своего рода аналога «эзопова языка» позднесоветской литературы [Иванова 1989]. Экранизация наследия классиков оказалась весьма хорошим подспорьем на этом пути, так как в случае несогласия цензуры, всегда оставалась возможность сослаться на приверженность аутентичности в отношении литературного оригинала. Табуированные темы при этом визуализировались посредством приемов гротеска, двусмысленности диалогов, минимализма образов и т. п.

Произошедшая в начале 1990-х годов революция в российском медиапространстве привела к утверждению новых телевизионных жанров и изменению функциональных задач самого телевещания. Несмотря на сохранение инерциального движения в

некоторых сегментах российского игрового кино и телевидения, в течение десятилетия происходило их содержательное обновление в соответствии с ожиданиями зрителей. Массовое знакомство отечественного обывателя с западными образцами также способствовало переосмыслению отечественными деятелями кино и телевидения своих прежних подходов. Российское телевидение все более становилось индустрией развлечений. Поэтому к началу 2000-х годов стиль позднесоветских исторических экranizаций, частью которого была эстетика будуара, практически сошел на нет, правда, все же оставив после себя россыпь ярких телевизионных проектов.

Литература

- Волков, С. (2011). *История русской культуры XX века: от Льва Толстова до Александра Солженицына*. Москва: Эксмо.
- Горбунов, А. (2010, 8 октября). «Дюма я обязан жизнью». Знаменитый актер рассказал «МК» о съемках в «Графине де Монсоро». *Московский комсомолец*. Режим доступа: <https://clck.ru/3CfwMT> (дата обращения: 21.04.2024).
- Жигунов, С. (1996, 13 октября). Зачем тебе это надо, Жигунов? *Огонек*, 41(4472). Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2284196> (дата обращения: 21.04.2024).
- Иванова, Н. (1989). Смена языка. *Знамя*, 11, 221–231.
- Казючиц, М. Ф. (2018). Телесериал в России и проблема форматных трансформаций. *Телекинет*, 3(4), 13–27. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teleserial-v-rossii-i-problema-formatnyh-transformatsiy> (дата обращения: 21.04.2024).
- Маленко, С. А., & Некита, А. Г. (2023). Гражданская сакральность детства в советской киномифологии. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(2), 109–139. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-1\(2\)-109-139](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-1(2)-109-139).
- Маргарита де Валуа (2010). *Мемуары. Избранные письма. Документы*. Санкт-Петербург: Евразия.
- Моруа, А. (1986). *Три Дюма. Литературные портреты*. Москва: Правда.

- Некита, А. Г., & Маленко, С. А. (2022). Визуальные киномифы советской эпохи в идеологическом созидании «нового» человека. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(1), 99–116. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1\(1\)-99-116](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1(1)-99-116)
- Рапопорт, Е. (2013). Логика сериала. *Логос*, 3(93), 21–36.
- Сальникова, Е. В. (2022). Минимализм крови в динамике от 1970-х к 1990-м: позднесоветский костюмный исторический фильм и сериал. *Телекинет*, 2(19), 6–13. Режим доступа: [https://telekinet.com/wp-content/uploads/2022/11/telekinet.2022.2-19-p.6-13.pdf](https://telecinet.com/wp-content/uploads/2022/11/telekinet.2022.2-19-p.6-13.pdf) (дата обращения: 23.04.2024).
- Фетисова, Т. А. (2015). М. Ф. Казючиц. Поэтика сериала. *Вестник культурологии*, 3(74), 164–172.
- Фролова, А. И., & Перевалова, С. Н. (2021). Образ королевы Марго в романе А. Дюма и французском кинематографе. *Поволжский педагогический вестник*, 9, 3(32), 95–99.
- Хоркхаймер, М., & Адорно, Т. (1997). *Диалектика просвещения. Философские фрагменты*. Москва, Санкт-Петербург: Медиум, Ювента.
- Юн, М. (2022, 18 сентября). Фехтование в кино. Часть 2: Графиня де Монсоро и Королева Марго. *Youtube.com*. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=ikLrUoc5cE4> (дата обращения 21.04.2024).
- Dumont, H. (2013). Encyclopédie du film d'Histoire. *Cinéma & Histoire /Histoire & Cinéma*. Available at: <https://clck.ru/3Cfwut> (acessed: 21.04.2024).

Информация об авторах

Кедров Николай Геннадьевич – кандидат исторических наук, методист. Устюженский политехнический техникум (162840, Вологодская область, г. Устюжна, пер. Терешковой, д. 50), ORCID: 0000-0002-5047-8112, nk149@yandex.ru

THE SUNSET OF THE AESTHETICS OF THE BOUDOIR. THE SOVIET SUBJECT IN THE LABYRINTH OF DECORATIVE HISTORY AND THE CULTURAL REVOLUTION OF THE 1990S IN RUSSIA

Nickolay Kedrov

Abstract. The article examines the Russian television series "Queen Margot" and "Comtesse De Montsoreau" in the context of socio-cultural changes that took place in Russia in the 1980s – 1990s. The artistic style of these TV projects is studied in comparison with the French and Soviet traditions of film adaptations of works by A. Dumas. French cinema and television in the second half of the twentieth century was characterized by a movement from light semi-comedy productions

to deep reconstruction, immersing the viewer in the historical context of the era. In the Soviet Union, there was a special artistic style of film adaptations, to the detriment of historicity, emphasizing the elements of theatrical decorativeness inherent in the writer's work. These techniques, like the "Aesopian language" of Soviet literature, successfully helped film and television figures to circumvent the taboos and prohibitions that existed in Soviet culture. In the 1990s, there was a revolution-like change in the functional tasks of domestic television. Despite the preservation of inertial motion in the same stylistic direction for some time, as evidenced by the above-mentioned television series, there is a gradual disintegration of the foundations of the Soviet visualization model. Russian television has increasingly become a part of the cultural industry, while losing its former distinctive features.

Keywords: Soviet television, Russian television, film adaptations of Dumas' works, TV series, visualization, artistic style, cultural changes.

References

- Volkov, S. (2011). *Istorija russkoj kul'tury XX veka: ot L'va Tolstova do Aleksandra Solzhenycyna* [The History of Russian culture of the twentieth century: from Leo Tolstoy to Alexander Solzhenitsyn]. Moscow: Eksmo Publ. (In Russ).
- Ivanova, N. (1989). Smena iazyka [Language change]. *Znamia* [The banner], 11, 221–131. (In Russ).
- Kazyuchits, M. F. (2018). Teleserial v Rossii i problema formatnykh transformatsii [TV series in Russia and the problem of format transformations]. *Telekinet* [Telekinet], 3(4), 13–27. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/teleserial-v-rossii-i-problema-formatnyh-transformatsiy> (accessed: 21.04.2024). (In Russ).
- Malenko, S. A., & Nekita, A. G. (2023). Grazhdanskaia sakral'nost' detstva v sovetskoi kinomifologii [The civic sacredness of childhood in Soviet film mythology]. *Industrii vpechatlenii. Tekhnologii sotsiokul'turnykh issledovanii (EISCRT)* [Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)], 1(2), 109–139. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-1\(2\)-109-139](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2023-1(2)-109-139). (In Russ).
- Marguerite de Valois (2010). *Memuary. Izbrannye pis'ma. Dokumenty* [Memoirs. Selected letters. Documents]. Saint-Petersburg: Eurasia Publ. (In Russ).
- Maurois, A. (1986). *Tri Diuma. Literaturnye portrety* [Three Dumas. Literary portraits]. Moscow: Pravda Publ. (In Russ).
- Nekita, A. G., & Malenko, S. A. (2022). Vizual'nye kinomify sovetskoi epokhi v ideologicheskem sozidanii «novogo» cheloveka [Visual film myths of the Soviet era in the ideological creation of a «new» person]. *Industrii vpechatlenii. Tekhnologii sotsiokul'turnykh issledovanii (EISCRT)* [Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)], 1(1), 99–116. (In Russ). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1\(1\)-99-116](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2022-1(1)-99-116).

- Rapoport, E. (2013). Logika seriala [The logic of the series]. *Logos* [Logos], 3(93), 21-36. (In Russ).
- Salnikova, E. V. (2022). Minimalizm krovi v dinamike ot 1970-kh k 1990-m: pozdnesovetskii kostiumnyi istoricheskii fil'm i serial [Minimalism of blood in dynamics from the 1970s to the 1990s: a late Soviet costume historical film and TV series]. *Telekinet* [Telekinet], 2(19), 6-13. Available at: <https://telecinet.com/wp-content/uploads/2022/11/telekinet.2022.2-19-p.6-13.pdf> (accessed: 23.04.2024). (In Russ).
- Fetisova, T. A. (2015). M. F. Kaziuchits. Poetika seriala [M. F. Kazyuchits. The poetics of the series]. *Vestnik kul'turologii* [Bulletin of Cultural Studies], 3(74), 164-172. (In Russ).
- Frolova, A. I., & Perevalova, S. N. (2021). Obraz korolevy Margo v romane A. Diuma i frantsuzskom kinematografe [The image of Queen Margot in the novel by A. Dumas and French cinema]. *Povolzhskii pedagogicheskii vestnik* [Volga Pedagogical Bulletin], 9, 3(32), 95-99. (In Russ).
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1997). *Dialektika prosveshcheniya. Filosofskie fragmenty* [The dialectic of Enlightenment. Philosophical fragments]. Moscow, Saint-Petersburg: Medium, Juventa Publ. (In Russ).
- Dumont, H. (2013). Encyclopédie du film d'Histoire. *Cinéma & Histoire /Histoire & Cinéma*. Available at: <https://clck.ru/3Cfwut> (acessed: 21.04.2024).
- Zhigunov, S. (1996, October 13). Zachem tebe eto nado Zhigunov? [Why do you need this, Zhigunov?]. *Ogonek* [Light], 41(4472). Available at: <https://www.kommersant.ru/doc/2284196> (accessed: 21.04.2024). (In Russ).
- Gorbunov, A. (2010, October 8). «Diuma ia obiazan zhizni». Znamenityi akter rasskazal «MK» o s"emkakh v «Grafine de Monsoro» [«I owe Dumas my life». The famous actor told «MK» about the filming of «The Comtesse de Montsoreau»]. *Moskovskii komsomolets* [Moskovsky Komsomolets]. Available at: <https://clck.ru/3CfwMT> (accessed: 21.04.2024). (In Russ).
- Yun, M. (2022, September 18). Fekhtovanie v kino. Chast' 2: Grafinia de Monsoro i Koroleva Margo. [Fencing in the cinema. Part 2: Countess de Montsoreau and Queen Margot]. *Youtube.com*. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=ikLrUoc5cE4> (accessed: 21.04.2024). (In Russ).

Author's information

Nickolay Gennadievich Kedrov – Candidate of Historical Sciences, methodist, Ustyuzhna Polytechnical College (50, Tereshkova st., Ustyuzhna, Vologda region, 162840, Russia), ORCID 0000-0002-5047-8112, nk149@yandex.ru

For citation:

Kedrov, N. G. (2024). The sunset of the aesthetics of the Boudoir. The Soviet subject in the labyrinth of decorative history and the Cultural Revolution of the 1990s in Russia. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 198-237. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-198-237](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-198-237)

УДК: 7.01+791.43.01

5.7.7. Социальная и политическая философия

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-238-275](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-238-275)

«КОКТЕЙЛЬНЫЙ» ЧЕБУРАШКА: МЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗА В РОССИЙСКОМ МАССОВОМ КИНЕМАТОГРАФЕ



Андрей Некита,

Новгородский
государственный университет
им. Ярослава. Мудрого
(Великий Новгород, Россия).

Andrey Nekita,

*Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia).*

*ORCID: 0000-0002-9254-2901
e-mail: beresten@mail.ru*



Сергей Маленко,

Новгородский
государственный университет
им. Ярослава. Мудрого
(Великий Новгород, Россия).

Sergey Malenko,

*Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia).*

*ORCID: 0000-0003-4828-0171
e-mail: olenia@mail.ru*

Для цитирования статьи:

Некита, А. Г., & Маленко, С. А. (2024). «Коктейльный» Чебурашка: медиийные технологии создания и продвижения образа в российском массовом кинематографе. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 238-275. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-238-275](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-238-275)

Аннотация. Российская семейная комедия «Чебурашка» стала не только примером успешного коммерческого проекта, но и продемонстрировала пример профессиональной адаптации голливудских технологий в современном отечественном социокультурном пространстве. На фоне устойчивой и непрерывно возрастающей ностальгии по советскому прошлому был создан креативный продукт, в котором странным образом совместились зрительские иллюзии по поводу советского Чебурашки и новые западно-ориентированные, идеологизированные культурные ценности, которые оказались закодированы в персонажах, предметной среде и сюжетных поворотах кинокартины. Образ Чебурашки в советской культуре эволюционировал от аморфного зверька с необозначенной видовой принадлежностью к общесоветскому символу детства с соответствующим набором экзистенциальных смыслов. Как утверждают авторы российского «Чебурашки», они создавали новую историю этого персонажа, в то же время ретроатмосфера картины и набор персонажей неизменно отсылают зрителей именно к советскому Чебурашке. Но новый образ лишь формально может быть отнесен к его визуальному прототипу, поскольку намеренно создавался как визуально-смысловая конструкция, апеллирующая к господствующим в российском обществе производственному тематизму и потребительским ценностям. Именно поэтому новый Чебурашка становится «пасхалкой», неявно указывающей на наличие в одном фильме сразу нескольких десятков целенаправленно заимствованных элементов образов популярных персонажей из коммерчески успешных западных, советских и российских медиийных проектов прошлых десятилетий. Подобная технология позволяет зафиксировать господствующую идеологическую тенденцию, связанную с всесторонней ассимиляцией западных ценностей в пространстве российской культуры.

Ключевые слова: мифология Чебурашки, детство, фильм «Чебурашка», социализация, ностальгия по советскому, производственная тема, визуальная технология конструирования медиийных образов, пасхалка, ассимиляция ценностей, гламуризация образа, потребительство, идеология западнизма.

Мы будем брать у вас фильмы, программы, телегигры, даже реплики «оставайтесь с нами» и подтяжки ведущих, все это мы у вас берем.

И к этому мы будем еще брать у вас деньги на осуществление всего этого.

И это только начало [Жванецкий 2015].

Немного о технологии конструирования кинообразов

Многие эксперты, на все лады и под разными углами анализирующие «Чебурашку» Дмитрия Дьяченко, специально отмечают, что эта киноистория 2022 года вообще не имеет никакого отношения к сюжету Эдуарда Успенского о Чебурашке, крокодиле Гене и их друзьях. В то же время, явно неудачно скроенный за полтора года коллективом из четырех авторов, белорусских КВНщиков: В. Шляппо, В. Куценко, В. Зуба и А. Молчанова, сценарий фильма все равно так или иначе отталкивается от образов советской серии мультильмов, которые в 1970–1980 годы получили всеобщее и заслуженное признание не только в СССР, но и во всем мире.

Показательно, что уже то, как именно Чебурашка появляется в пространстве, напоминающем советский ретро-хронотоп, наводит на мысль не столько о качестве этого художественного продукта, сколько позволяет проиллюстрировать технологию адаптации новых социокультурных смыслов, которая активно внедрялась как в последние годы существования Советского Союза, так и особенно в первые десятилетия истории Новой России.

Первое, на что следует обратить внимание при анализе технологии создания подобного креативного продукта, состоит в том, что в последнее время многие исследователи отмечают неуклонно возрастающую ностальгию по советскому прошлому [Некита & Маленко 2024: 86–126]. В первую очередь, это касается именно мифологии советского общества, которая наиболее ярко

представлена в устоявшемся образно-символическом пантеоне героев той эпохи. В нем, помимо всего прочего, заслуженное место занимают и мультипликационные образы Чебурашки, крокодила Гены и старухи Шапокляк. Параллельно анализируя идеолого-коммерческие практики Голливуда как всемирной и во многом совершенно заслуженно признанной «фабрики грез», можно заметить, как на отечественных территориях, не находящихся в непосредственной юрисдикции США, в рамках фильма, обозначенного чиновниками министерства культуры как «семейная комедия», тщательно и профессионально конструируется, а затем и настойчиво внедряется заведомо успешный бизнес-проект, который, по признанию критиков, наглядно просигнализировал, что российские зрители «хотят ходить в кино» [Хорушевский 2023].

Следует особо отметить, что подобную технологию американские продюсеры успешно обкатали на громадном количестве кинолент, активно использующих различные этнические мифологии с присущими для них «брэндовыми» персонажами. Перенимая древние образы, или же попросту на новый лад переснимая старые картины, американские студийщики профессионально научились сочетать старые символические функции, которые различные мифологические персонажи выполняли в прежних социокультурных контекстах, с новыми политико-идеологическими приоритетами США, которые эта страна практически непрерывно и крайне агрессивно транслирует по всему миру. При этом, заимствуя тот или иной старый персонаж, североамERICANские киностудии всегда

модернизируют этот образ, включая в него наиболее актуальные и беспрогрызно «проходные» визуально-идеологические коды, способные найти максимально широкий отклик у современной потребительской аудитории.

Это позволяет придать достаточно архаичным персонажам актуальное звучание нужной тональности и, соответственно, существенно сократить дистанцию между художественным вымыслом и реальными ожиданиями потребителей в том или ином регионе мира. Минимизация такой дистанции создает у массового зрителя стойкую иллюзию символической близости с такими персонажами и «жизненной необходимости» их присутствия в культурном пространстве и внутреннем мире современного человека. А поскольку те или иные персонажи, их образы и поступки напрямую указывают на конкретные смысловые компоненты, то любые манипуляции с подобными визуальными конструкциями позволяют их создателям и продюсерам не только максимально приблизить новый, целенаправленно сконструированный и внедряемый смысл к уже существующей ментальной матрице того или иного народа, но и полноценно приступить к ее планомерному замещению.

В силу того, что подобные матрицы имеют глубинный и архаический характер, они изначально воспринимаются разделяющими их народами как нечто само собой разумеющееся. В то время как новые кинообразы и сопровождающие их искусственно созданные смыслы всегда выглядят необычно, живо и сверхсовременно. Люди, сталкивающиеся с подобными

визуальными конструкциями, безусловно, испытывают экзистенциальное наслаждение от иллюзии привнесения новизны в их сложившийся и, увы, достаточно рутинный образ жизни. Такая технология наверняка позволяет создателям голливудской коммерческой кинопродукции не только всегда оставаться в логике бессознательных запросов массовой зрительской аудитории, но и всякий раз придавать им динамическую и актуальную форму. Поэтому очарование, низменно возникающее от ярких художественных кинопроизведений Голливуда, всегда создает у зрителей по всему миру устойчивое ожидание новых бессознательных гарантий перманентного обновления собственной рутинной жизни и ее одряхлевших смыслов.

Новый Чебурашка в образных «обносках» Голливуда

Типично голливудские, достаточно коммерчески успешно апробированные на протяжении многих десятилетий приемы были в изобилии применены российскими продюсерами команды Дмитрия Дьяченко, в том числе, и к образу Чебурашки. С одной стороны, пушистый герой все еще продолжал стойко ассоциироваться с семидесятыми годами прошлого века, как самыми спокойными и благополучными в советской истории, с присущими им детскими образами наивности, поисков и открытий, а также с максимально дружественной социальной средой.

В то же время, придавая внешности Чебурашки уж слишком явно цифровой профиль, создатели нового российского фильма изначально предприняли ментальную провокацию, в рамках

которой за счет «добавленной стоимости», то есть, производства новых визуальных впечатлений от старого образа зрителям была «обещана» возможная трансформация сложившихся в России за последние тридцать лет моделей социальной коммуникации. И на самом деле, такие ожидания оправдались, поскольку новый Чебурашка оказался тем самым образом, который максимально соответствовал запросам современной, крайне избалованной «цифровой» аудитории.



Дистанция в 50 лет и всю жизнь...

Для сравнения: Чебурашка Леонида Шварцмана (1972 г.)
и Чебурашка Дмитрия Дьяченко (2022 г.).

Изображения размещены в свободном доступе на платформах:
<https://clck.ru/3CRv3D> <https://www.centpart.ru/film/3054>

Рассмотрение особенностей визуальной манипуляции с образом нового Чебурашки позволяет понять, как именно происходило замещение мифологии советского Чебурашки актуальными западно-ориентированными и уже успешно апробированными социокультурными трендами. Явный визуальный выигрыш от нового образа предоставил возможность закрепить положительные бессознательные оценки того, что делает и кем

именно является Чебурашка Дмитрия Дьяченко. Ведь из крохотного, наивного и беззащитного ребенка начала семидесятых годов современный Чебурашка превратился в активное и достаточно агрессивное животное, профессионально обносящее апельсиновые рощи, откровенно паразитируя на тяжелом труде сельскохозяйственных работников.

Однако даже настолько модернизированный образ все-таки продолжает удерживать на себе позитивное зрительское внимание, что априори гарантирует ему бессознательную индульгенцию и во многом страхует его реальные хулиганские действия от каких бы то ни было негативных зрительских оценок. Тщательно возделанная и бесконечно подчеркиваемая «мимишность» образа нового Чебурашки помогает создателям в глазах массового зрителя минимизировать или даже полностью нейтрализовывать потенциальные негативные впечатления даже от его явно асоциальных действий.

Уже первое появление Чебурашки в самом начале фильма вносит определенную сумятицу в визуальные впечатления от увиденного образа. Маленькое, пушистое существо с необыкновенной скоростью поедает собранные фермерами апельсины, объем которых в разы превышает его собственное тело. Хотя для зрителя визуальные последствия такого обжорства практически незаметны – апельсины просто исчезают во рту неведомого зверька как в черной дыре, а его «путь героя» явно обозначают «горы апельсиновых корок» [Маслова 2023].

Показательно, что именно этот исходный трофический смысл будет проведен создателями через весь фильм, в процессе кинорассказа о персонаже, как о ненасытном обжоре, явно намекая на неестественные для подобного живого существа потребности. В этом смысле предположение о том, что Чебурашка – неизвестный зверь не находит биологического подтверждения, а его растительноядный аппетит скорее, должен быть присущ жвачным животным, таким, например, как коровы, овцы, буйволы, олени, жирафы, лоси и т. д. Кроме того, подобный способ питания «как бы впрок» мы обнаруживаем у зверей, живущих в умеренном климате и накапливающих в процессе кормового сезона обильные жировые запасы для ухода в длительную зимнюю спячку. Однако внешний вид Чебурашки практически никак не меняется вне зависимости от количества съеденных им апельсинов. Это напрямую свидетельствует о присутствии в фильме явно символического, а уж никак не реального смысла, сразу же обнаруживаемого уже при попытке первичной интерпретации этого образа.

Подобный символический смысл скорее отсылает вдумчивого исследователя к распространенным в истории цивилизации практикам человеческого обжорства, которое традиционно указывало на высокий социальный (то есть, трофический) статус подобного «поедателя» и его однозначно праздный образ жизни. Здесь закономерно рождаются параллели с яркими образами Гаргантюа и Пантагрюэля, выведенными в одноименном

сатирическом романе Франсуа Рабле в рамках его знаменитой пенталогии, датируемой 1532–1564 годами.

Показательно, что к фруктовому обжорству Чебурашки сразу же добавляется и его типично асоциальная форма поведения, связанная не с параллельным или альтернативным сбором, а с довольно дерзким воровством апельсинов из корзин ничего не подозревающих испанских садоводов. То есть, перед нами уже с первых минут фильма появляется персонаж, у которого не только полностью отсутствуют общепринятые коммуникативные навыки, но, который, тем не менее, демонстрирует невесть откуда взявшись изощренные паразитические и криминальные наклонности. Вполне возможно, подобный аппетит мог бы быть оправдан длительным периодом голодаия, которое испытывало бы живое существо, находясь в противостоянии с тяжелыми условиями среды обитания, однако, судя по сюжету, далеко не исхудавший и не изможденный Чебурашка живет в теплом климате с буйной растительностью, буквально изобилующей вкусными и сочными плодами.

Еще один момент, о котором следует обязательно упомянуть, связан с тем, что абсолютно несоциализированный Чебурашка не собирает апельсины самостоятельно, хотя они в изобилии растут на деревьях, но, как заправский воришко умело «таскает» их из корзин, которые фермеры наполняют в ходе своего довольно тяжелого труда. Этот факт дополнительно убеждает нас в том, что Чебурашка ведет «вольную и гармоничную жизнь дикого зверя, сельскохозяйственного вредителя» [Маслова 2022] и имеет

солидный опыт паразитирования на жизнедеятельности существ другого вида, не только явно больших его по размеру, но еще и значительно превосходящих по уровню нервно-психической организации, обладающих сложными и разносторонними умениями и навыками. Динамичность, с которой Чебурашка реализует свои криминально-трофические наклонности, также убеждает исследователей в наличии у него сложившихся и хорошо апробированных бессознательно-рефлекторных моделей паразитического поведения в отношении окружающей среды. Подобные нравы традиционно характерны для живых существ, обитающих достаточно близко от человеческого жилья в городской и особенно в сельской местности, а потому привыкших совершать набеги на сады, огороды и даже погреба жителей близлежащих селений.

Далее сюжет фильма представляет зрителям достаточно интересные смысловые повороты, связанные с неожиданным чудесным перемещением главного героя со сложившимися у него до этого криминальной ментальностью и способом жизнедеятельности в ретро-среду советского общества. Сама идея волшебного «трансфера» явно позаимствована командой Дмитрия Дьяченко из знаменитого американского музыкального и фантастического фильма «Волшебник страны Оз» (реж. Ф. Флеминг, Metro-Goldwyn-Mayer, 101 мин., 1939 г.), который в свою очередь представляет собой экranизацию детского фантастического романа Л. Фрэнка Баума 1900 года «Чудесный волшебник страны Оз».

Не стоит забывать и о том, что Чебурашка исходно проживал в каком-то испаноязычном регионе, который поразительным и чудесным образом находится на одной климатической и географической параллели с «чудесным» районом в России, куда он впоследствии попадает. Скорее всего, территория, где зритель фильма впервые видит Чебурашку – это какая-то местность в Испании, где традиционно было развито сельское хозяйство с выращиванием цитрусовых. Наверное, во многом потому явление нового Чебурашки от команды Дмитрия Дьяченко российскому зрителю было обставлено как некое (правда, несколько катастрофическое) подобие изобильного и экзотического импорта апельсинов как потребительских (продовольственных) товаров.

Апельсиновый град (а по свидетельству экспертов их при съемках этого фильма было использовано аж шесть тонн!) буквально сваливается на головы ничего не подозревающих российских граждан. Поэтому прилетевший с апельсиновым торнадо Чебурашка сразу же начинает служить символом не только пищевого изобилия, но и яркого, привлекательного, по-южному беззаботного и бесшабашного образа жизни, столь характерного для большинства жителей, населяющих государства юга Европейского континента. Сюжет с апельсинами, безусловно, заимствован из фольклорно-этнических традиций народов, населяющих Южную Европу. Например, в феврале, после сбора апельсинов, во многих странах устраивается «апельсиновые фестивали», «битвы апельсинов» или «апельсиновые сражения». Лидерство в подобных фруктовых баталиях удерживает за собой

Италия, в частности, город Иврея, где за три дня такого карнавала расходуется триста пятьдесят тонн апельсинов.



Костюмированное карнавальное шествие на «Битве апельсинов» (г. Ивреа, Италия, 2024 г.).

Изображения размещены в свободном доступе на платформах: <https://clck.ru/3CpLYk>

Похожий фестиваль проходит и во Франции, в городе Ментон, где создаются огромные скульптуры из лимонов и апельсинов. В городе Гадор в испанской Андалусии также регулярно организуется «День апельсина», в ходе которого горожанам и гостям в изобилии предлагаются яркие фрукты и различные блюда из апельсинов. Подобные параллели с реальными апельсиновыми эвентами лишь добавляют российскому «Чебурашке» карнавальной атмосферы и формируют в зрительном зале атмосферу абсолютной несерьезности в отношении всего того, что происходит на экране. Такое режиссерское решение позволяет

окончательно расслабить аудиторию с тем, чтобы она в дальнейшем максимально неконфликтно и некритично воспринимала любые приемы и сюжетные повороты фильма. Хотя, с другой стороны, если вспомнить Библию, то такой апельсиновый град намекает то на «манну небесную», то на «казни египетские», что добавляет в незатейливую семейно-комедийную историю некий религиозный или даже мистический оттенок.

К тому же подобный поворот с чудесным «ураганным» перемещением Чебурашки из одной точки планеты в другую окончательно развязывает создателям фильма руки в отношении дальнейшего развития сюжетной линии картины и одновременно «отвязывает» их от любых книжных или кинематографических параллелей. Отыне – твори что хочешь! В этой связи, доктор наук из Ерейского университета в Иерусалиме Йоэль Регев специально подчеркивает, что подобное падение с неба для образа Чебурашки играет существенное значение. Он пишет: «Само имя «Чебурашка» указывает на падение, но, опять же, падение смехотворное и отчасти постыдное, не величественно-позорное, а такое, которого и стыдиться-то смешно. Это не падший, а чебурахнувшийся ангел, и вместо крыльев у него уши. Однако в эти крылья дует ветер истории» [Йоэль 2023].

Однако стоит отметить, что ретро-среда, в которую попадает это экзотическое во всех смыслах существо, лишь формально напоминает советское прошлое. Поскольку все персонажи картины коммуницируют друг с другом в строгом соответствии с моделью потребительского общества, агрессивно навязанной

России западными партнерами в позднеперестроечный период. Поэтому чудесное появление Чебурашки сразу же указывает на новый, внешне привнесенный, в буквальном смысле слова «стихийный» смысл, который должен быть адаптирован в рамках еще не до конца деконструированного пространства советского общества.

Но, забегая вперед, скажем, что ничего необычайного российский зритель так и не увидел, поскольку неожиданное появление нового Чебурашки в российских субтропиках лишь продолжило достраивать и развивать образ крайне хулиганистого существа, более всего напоминающего эгоистичного и плохо воспитанного ребенка. Это проявляется и в безграничном поедании апельсинов, и в разрухе, которую он устраивает в доме садовника Геннадия Петровича. Показательно и то, что в присутствии взрослых, новых знакомых Чебурашки, он так ни разу и не поделился с ними ни одним апельсином, всегда предпочитая поглощать их самостоятельно.

Таким образом Чебурашка 2022 года уже с первых кадров фильма визуализируется как дикий и необузданный потребитель, основной целью которого является удовлетворение собственных телесных (а именно пищевых) потребностей. Именно так новый Чебурашка практически с первых кадров фильма сразу же утратил свое уникальное человеческое, детское очарование, то есть как раз то, что когда-то и превратило этот образ в архетипический для нескольких поколений советских зрителей. Теперь он стал примером безграничного и неконтролируемого потребления, к

которому всегда стремилась западная цивилизация. Подобная модернизация образа Чебурашки полностью соответствует упоминавшимся нами выше и хорошо апробированным голливудским технологиям трансляции и насаждения ключевых геополитических приоритетов США во всех частях мира.

Гlamуризация обаяния: голливудские технологии в трансформации образа российского Чебурашки

Показательно, что творческая команда проекта Дмитрия Дьяченко, не важно, осознавая это или нет, но все-таки пошла на поводу у испытанных схем и технологий, которые десятилетиями внедряли в своих пропагандистских продуктах североамериканские кинематографисты. Это и не удивительно, поскольку анализируемая нами кинокартина фактически представляет собой набор, или как сейчас это принято называть в медийную «нарезку», хорошо испытанных и наиболее «проходных» сюжетов – а фактически визуальных и речевых штампов – скопированных из наиболее известных популярных и успешных голливудских и советских фильмов, с которыми отлично знакома взрослая, но отнюдь не детская аудитория современных российских кинотеатров. Невооруженным взглядом сюжет фильма изначально конструировался с опорой на целый ряд признанных кинофильмов. Об этом говорит и обозреватель из Кузбасса Георгий Фадин: «Нarrатив является вполне классическим сюжетом западных фильмов про животных. Подобные истории мы не раз наблюдали: «Паддингтон», «Лило и Стич» и другие похожие фильмы.

Создатели просто взяли вполне узнаваемый образ и адаптировали его на современный манер» [Фадин 2023].

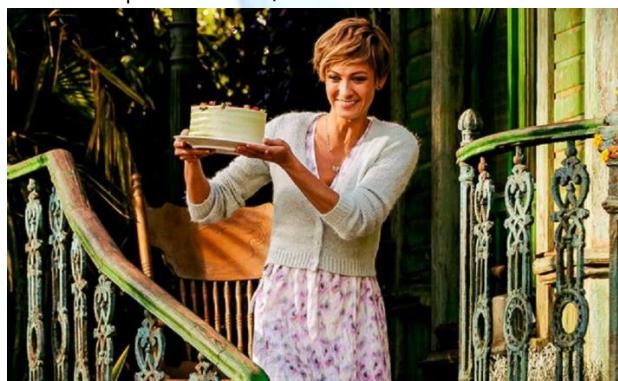
Так образ Риммы в фильме создавался на пересечении сюжетов франшизы «101 далматинец» (реж. Ст. Херек, Walt Disney Pictures, Great Oaks Entertainment, 103 мин., США, 1996 г.) и фильма «Чарли и шоколадная фабрика» (реж. Т. Бёртон, Village Roadshow Pictures, The Zanuck Company, Plan B Entertainment, 115 мин., США, 2005 г.). Именно благодаря этим двум картинам продюсеры «Чебурашки» создали самый кассовый российский детский и семейный фильм, обильно сопровожденный элементами множества бытовых гэгов, фактически на производственную тематику. В подтверждение этому вспомним, что действие картины начинается с кадров сбора созревших апельсинов в далекой и неизвестной стране. Далее с помощью «волшебного» урагана Чебурашка чудесным образом попадает в российский южный дендрарий, изображаемый как очень красивое и экзотическое, но все-таки, в первую очередь, место работы множества людей, которые, выполняя свои каждодневные функциональные обязанности, и становятся главными действующими героями фильма.

Помимо всего прочего, производственную тему продолжает история индивидуальной предпринимательницы Татьяны – дочери садовника дендрария Геннадия Петровича. Она изображается как носитель глубокой и давнишней детской травмы, связанной с гибелью матери и последующим фактическим предательством отца. Этот отпечаток Татьяна несет на себе всю жизнь, в том числе и в роли частного креативного бизнесмена, разрабатывающего и воплощающего в жизнь собственные уникальные рецепты создания

лакомства, которое она изготавливает и продает в своей лавке под названием «Шоколадная мастерская». Ее образ практически без изменений воспроизводится в логике известного голливудского фильма «Шоколад» (реж. Л. Халльстрём, 121 мин., Miramax Films, David Brown Productions, США, Великобритания, 2000 г.).



Шоколадница Виенн Роше в исполнении
Жюльет Бинош в англо-американском
фильме «Шоколад» 2000 года,
реж. Л. Халлстрём.



Владелица маленькой шоколадной лавки Таня, дочь
Геннадия Петровича в исполнении Полины
Максимовой.

Изображения размещены в свободном доступе на платформах:
<https://clck.ru/3CRwru> <https://clck.ru/3CRwsf>

В то же время, как мы прекрасно понимаем, свободное предпринимательство в условиях современного российского бизнеса далеко не всегда зависит только лишь от инициативности и таланта бизнесмена. Эту избитую мысль подтверждает и разгорающийся на глазах зрителей, пришедших на детскую новогоднюю сказку, производственный конфликт между Татьяной и Риммой – владелицей крупной шоколадной корпорации «Радость моя», который убеждает зрителя в том, что малый бизнес в условиях подобной «конкуренции» практически обречен. Именно поэтому достаточно ярко продвигается создателями кинокартины и образ директора шоколадной фабрики. Поскольку она исключительно

зациклена на своей работе и собственной важности, то зритель сразу может предположить, что за этим показным рвением и коммуникативной жесткостью Римма отчаянно пытается скрыть, вытеснить всю остальную, совершенно неудавшуюся часть своей жизни, связанную с отношениями в семье – с мужем, родителями, сыном и даже с собственной капризной и избалованной внучкой. В картине далеко не случайно четко выдерживается жесткий производственный ритм рабочей недели. Ну а в выходные, опять же по западной традиции, все должны развлекаться, именно поэтому Римма и устраивает рекламно-праздничный фестиваль конфет для жителей неназванного приморского городка.

Производственный антагонизм Татьяны и Риммы достаточно убедительно подтверждается в том числе и стилистикой одежды, а также поведением этих героинь. Показательно, что Татьяна всегда одета весьма скромно, однообразно и практически все моменты ее появления в кадре связаны с ее пребыванием на работе. В то время как Римма в одежде всегда нарочито экстравагантна, независимо от места ее пребывания: лавочка в дендрарии, улица, автомобиль, веранда собственного дома, производственные цеха или праздничная площадка фестиваля. Визуализация подобного производственного (а заодно и житейского!) конфликта исподволь, но настойчиво склоняет зрителя к уверенности в том, что «этот» мир принадлежит лишь богатым и успешным людям, основная социальная миссия которых как раз и состоит в том, чтобы своим примером хоть как-то вразумить окружающих их некомпетентных подчиненных.

Дополнительный колорит этому конфликту добавляют многочисленные отсылки к фильму «Чарли и шоколадная фабрика» (англ. «Charlie and the Chocolate Factory», реж. Т. Бёртон, Village Roadshow Pictures, Warner Bros. Pictures, 115 мин., 2005 г.), который в свое время продемонстрировал как можно удачно дополнить производственную тему мотивами личной драмы героя в органичном сочетании с фантастическими элементами. Как и в только что упомянутой картине, в «Чебурашке» Дмитрия Дьяченко Римма, как начальник и главный антагонист по отношению к рядовым героям фильма, в итоге осознает личные проблемы и вынужденно идет на контакт со своими конкурентами.

Практически, прочерченная нами схема сюжета в точности воспроизводит голливудскую матрицу реализации производственной темы, рассчитанную на бессознательное закрепление производственных рефлексов в бессознательных представлениях массового зрителя. Совершенно не удивительно, что Чебурашка в такой логике повествования выглядит мягко говоря «лишним элементом». В то же время необходимость потакать зрительским ожиданиям по поводу мифологии этого персонажа все-таки позволяют неконфликтно адаптировать приведенную в фильме модель разрешения производственных конфликтов.

Так в мире беспощадной экономической конкуренции как по волшебству появляется очарование любовью, дружбой, любознательностью, искренностью и непосредственностью. То есть, как раз всему тому, чему нет и не может быть места в холодной и по-бухгалтерски расчетливой бизнес-прагматике. Именно поэтому в этом фильме Чебурашка как-то разом перестает по-

детски играть и дружить, а начинает штудировать толстенные словари, а также сходу, без какой-либо подготовки профессионально играть в шахматы, чудесным образом побеждая своих престарелых и намного более искушенных в этом деле партнеров.

Кроме того, волшебный по сути своей персонаж деградирует до статуса рядового товара, который «близкие и родные» ему люди, как это ни ужасно осознавать, наделяют меновой и потребительской стоимостью. Таким образом, Дмитрий Дьяченко вместе с командой продюсеров фильма создали и крайне успешно «обкатали» картину-тренинг по маскировке (вытеснению) деструктивности и негативизма экономических войн и придания им атмосферы детской наивности, игривости и непосредственности. В итоге кинокартина получилась достаточно гламурная, чего не скрывают даже ее создатели. К примеру, художница по костюмам Наталья Каневская так охарактеризовала поставленную перед ней в этом фильме производственную задачу: «Шапокляк ассоциируется с Коко Шанель. И как раз в винтаже получается нафталиновый образ. Тогда я поняла, что нужны современные интерпретации классических силуэтов. Винтаж оставили для бижутерии» [Кузнецова 2023].

Тогда как художник-постановщик «Чебурашки» Артем Кузьмин так описал свою миссию: «создать ретромир, в котором бы смешались архитектура начала прошлого века, и советское ар-деко; этакий альтернативный Советский Союз – без лозунгов, культа личности и вообще политики. Этими вводными мы руководствовались и при поиске локаций, и в разработке

концептов декораций, и при изготовлении и поиске реквизита» [Кузнецова 2023].

Но, несмотря на повсеместно присутствующую в дьяченковском «Чебурашке» явную советскую «патину», она выступает всего лишь достаточно посредственной и поверхностной имитацией «советского», которая слишком уж откровенно воспроизводит технологию реплики, ставшую столь востребованной в условиях хронического дефицита подлинных мыслей и чувств на постсоветских киноэкранах. Тогда как наличие повсеместных сюжетных заимствований и вовсе делает нового российского «Чебурашку» проголливудским и проамериканским культурно-идеологическим продуктом, который настойчиво пытается адаптировать к современным российским реалиям вестернизированные ценностные матрицы.

И вот для того, чтобы хоть немного замаскировать этот явный западный крен, а заодно для привлечения и удержания людей в кинотеатрах, продюсеры намерено насыщают фильм огромным количеством «пасхалок» как специальных приемов, означающих «нечто спрятанное, скрытое» [Селютин 2018], непосредственно отсылающих зрительские массы и к выдающимся советским киношедеврам. Такие манипулятивные ходы позволяют аудитории бессознательно воспринимать новые, нехарактерные для своей культуры смыслы, максимально неконфликтно. А за счет былой раскрученности и безусловной художественной привлекательности подобные образы, модели поведения и сюжеты и вовсе воспринимаются зрителями как давно и хорошо знакомые,

буквально родственные и органично соответствующие как советской, так и российской ментальности.

Чебурашка: инфляция символа в «пасхалку»

Следует специально отметить тот факт, что образ Чебурашки прошел достаточно сложный путь: от литературного персонажа до полноценного визуального мультипликационного, а теперь уже и кинообраза. Как известно, Чебурашку придумал писатель Эдуард Успенский, выпустивший в 1966 году детскую сказочную повесть «Крокодил Гена и его друзья». Первая визуализация этого образа была предпринята художником Валерием Алфеевским в качестве иллюстраций в опубликованной книге. Черно-белый образ странного существа внешне напоминал что-то среднее между медвежонком, мышонком и еще каким-то неведомым грызуном. В книге Успенского мы встречаем такое его описание: «...И было непонятно, кто же он – заяц, медведь, собачка или австралийский кенгуру» [Успенский 1966]. Выглядело это примерно так.



Изображения размещены в свободном доступе на платформах:
<https://clck.ru/3CRxZM> <https://clck.ru/3CRxaP>

В 1969 году по сказке Эдуарда Успенского выходит одноименный диафильм с иллюстрациями Бориса Степанцева, в которых Чебурашка представлен уже в несколько ином образе, нежели на рисунках Валерия Алфеевского. Именно здесь впервые появляются значимые элементы будущего образа, которые уже вызывают определенный спектр зрительских впечатлений, впоследствии связываемый уже с привычным в советское время Чебурашкой.

В этом же году в Ленинградском театре марионеток (впоследствии Санкт-Петербургский театр марионеток им. Е. С. Деммени) выходит кукольный спектакль по произведению Эдуарда Успенского. Куклу Чебурашки к этой постановке создала художник-бутифор Маргарита Скрипова-Ясинская. Народная



Образ Чебурашки, созданный Борисом Степанцевым в диафильме
«Крокодил Гена и его друзья» (1969 г.).

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/e1oG>



Чебурашка из ленинградского театра
марионеток (1969 г.).

Изображения размещены в свободном доступе на платформах:
<https://clck.ru/3CS5Ft>



Художница-бутифор Маргарита Скрипова-
Ясинская со своими куклами.

<https://yls.su/zNSr>

артистка России Фаина Костина, ученица основателя театра и выдающегося режиссера Евгения Деммени, так вспоминает впечатления от нового образа сказочного персонажа: «Кукла Чебурашка была очень хороша – из прекрасной шерсти, с лучезарным взглядом. Художник-скульптор Маргарита Скрипова-Ясинская вложила в нее свою душу. Спектакль пользовался огромным успехом у зрителей, выдержал две редакции, билетов было не купить» [Мазурова 2021]. В 1974 году вышло очередное переиздание сказки Эдуарда Успенского «Чебурашка и Крокодил Гена». В этом случае иллюстратором выступил Геннадий Калиновский. Его Чебурашка получился несколько задиристым и карикатурным.

Точную хронологию создания образа Чебурашки в настоящее время воспроизвести достаточно трудно, поскольку разные авторы в различные периоды времени выдвигали и отстаивали непохожие версии. Тем более в истории Чебурашки есть и судебные тяжбы между Э. Успенским и Л. Шварцманом по поводу авторства образа. Так у Б. Голдовского мы встречаем такой



*Образы Чебурашки Г. Калиновского. Изображения размещены в свободном доступе на платформах:
<https://lyl.su/zlBr> <https://lyl.su/HG94> <https://lyl.su/EMeE>*

комментарий: «Сначала была написана книжка, потом в соавторстве с Р. Качановым – сценарий мультфильма, а потом уже пьеса» [Голдовский 1990: 11]. Наоборот, у А. Костенко в интервью с Э. Успенским читаем: «"Первый облик этого героя" появился в пьесе, созданной им с Р. Качановым. Этот образ перекочевал в студию к Б. Степанцеву, где создали диафильм о Чебурашке. И только потом, уже в третий раз, этот образ воплотился в аранжировке Л. А. Шварцмана в мультфильме "Крокодил Гена"» [Костенко. Цит. по: Гаврилов 2011: 41–48].

Леонид Шварцман, с именем которого мы связываем классический мультипликационный образ сказочного персонажа,

так описывает свою работу над ним: «Когда Роман Качанов и Эдуард Успенский закончили сценарий, я его прочел и стал придумывать первые наброски персонажей, и если Крокодил у меня получился довольно быстро, Шапокляк тоже, то над Чебурашкой я работал почти весь подготовительный период, а он длился полгода. Персонаж был необычным» [Павлова 2019].

Чебурашка, безусловно, стал центральным образом всего произведения, поэтому, художник старался сделать его максимально выразительным и запоминающимся: «Глаза ему сразу сделал детские, удивленные, человеческие. Хоть и большие, но не «как у филина» [Матвеев 2015]. Да и остальные детали образа прорабатывались Л. Шварцманом более чем тщательно и постепенно: «Начал я рисовать Чебурашке уши: сначала наверху, потом они постепенно стали сползать и увеличиваться. Ко мне регулярно приходил Качанов, я показывал наброски, мы их обсуждали, спорили, он выражал свои пожелания, я перерисовывал. Благодаря таким совместным усилиям и возник окончательный эскиз, он хранится у меня дома, подписан 1968 годом. На нем, правда, у Чебурашки еще есть медвежий хвостик, который потом сильно уменьшили. И ножки поначалу были подлиннее, но Норштейн посоветовал сделать их маленькими, как сейчас. После создания эскиза в цвете я сделал чертеж, а мастера-кукольники изготовили Чебурашку, и он зажил своей жизнью» [Матвеев 2015]. Вообще же, по признанию художника, рисовал он вовсе не «неведомую зверушку», поскольку изначально

был убежден, что Чебурашка – это милый «мальчик, маленький ребенок, уютный и ласковый. За это его и полюбили» [Матвеев 2015].



Леонид Шварцман со своим легендарным персонажем.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://lyl.su/Nn6P>

Так на протяжении нескольких лет сформировался, а затем в представлениях миллионов людей в СССР и других странах и закрепился образ Чебурашки, как культурно значимый,

архетипический символ советского детства, который впоследствии стал уже всемирно известным и популярным.

Так на протяжении нескольких лет сформировался, а затем в представлениях миллионов людей в СССР и закрепился образ Чебурашки, как культурно значимый, архетипический символ советского детства, который впоследствии стал уже всемирно известным и популярным.

В то же самое время новые тренды, которые появились в современном российском кинематографе, во многом определяются стремлением в первую очередь создавать именно коммерческо-успешные кинопроекты. Что, несомненно, объясняет настойчивое обращение нынешних режиссеров и мультипликаторов к советской киноклассике вообще, и к истории о Чебурашке в частности. Однако, поскольку с советских времен и кинематограф, и все медиа значительно шагнули вперед, буквальное заимствование классического образа оказалось уже невозможным и что самое главное, абсолютно коммерчески невыгодным. Поэтому образ Чебурашки для фильма Дьяченко фактически нужно было создавать заново, с учетом как возможностей современных цифровых технологий, так и наиболее коммерчески успешного опыта анимации, накопленного в России и за рубежом. В этой связи, российский кинокритик Юлия Шагельман тем не менее констатирует, что «зверек, несмотря на потраченные на компьютерную графику полтора года работы, нарисован довольно неряшливо. Его размер все время меняется (это не прием, а техническая ошибка), двигается он ненатурально, а в сценах

взаимодействия с живыми актерами очень заметно, что они хватаются за пустоту и разговаривают с ней же» [Шагельман 2022].

Кроме того, качественная трансформация социокультурной среды, наиболее наглядно выразившаяся в смене социально-политических установок, ценностных приоритетов и моральных ориентиров, также наложила свой весомый отпечаток на сюжетику и образы персонажей. И если классический образ Чебурашки был результатом тонких творческих интуиций и кропотливой работы выдающихся мастеров разных жанров над их воплощением, то новый Чебурашка Дмитрия Дьяченко является, скорее, наскоро скроенным набором «проходных» визуальных кодов, непосредственно отсылающих современного российского массового зрителя к целой череде «бывших» и «прошлых» культовых анимационных и киноперсонажей как российской, так и зарубежной медиакультуры нескольких последних десятилетий. К такого рода заимствованиям следует отнести и коды, представленные в целом ряде известных персонажей (смотрите коллаж авторов настоящей статьи ниже). Нарочито демонстрируемое создателями фильма подобие частей тел Чебурашки и уже хорошо известных и медийно «раскрученных» анимационных и кукольных персонажей придает новому, сконструированному образу Чебурашки явную, хотя и бессознательную, узнаваемость. Бессспорно, этот персонаж оказался успешным маркетинговым решением уже хотя бы потому, что он не только получил «рекордные кассовые сборы и стал узнаваем почти для каждого человека любого возраста, но и смог

завоевать любовь зрителей, заставив их ждать продолжения в будущем» [Романишина & Балашова 2024].



Авторский коллаж, создан на основе изображений, расположенных в открытом доступе по следующим адресам:

Чебурашка - <https://sul.su/YvvN>

Телепузики - <https://sul.su/Q7bA>

Маша - clk.ru/3CF6cB

Стич - <https://sul.su/e8c3>

Йода - <https://sul.su/HWXQ>

Гремлин Гизмо – <https://sul.su/JDsP>

Покемон Пикачу - <https://sul.su/KmBv>

Соник - <https://sul.su/usuX>

Выводы

Поскольку зритель, намеренно втянутый продюсерами в этот визуальный водоворот, в каждый конкретный момент кинодейства

так и не может до конца понять, с каким именно фильмом или мультфильмом связывается тот или иной элемент образа главного героя российского фильма о Чебурашке. В то же самое время ощущение явной «знакомости» придает визуальной конструкции Чебурашки дополнительную устойчивость и позволяет ей прочно закрепиться в сознании, а главное, в бессознательном современного массового российского зрителя.

Российский филолог Нина Барковская специально указывает в этой связи, что советские мультипликационные персонажи действительно претерпели значительную трансформацию под влиянием социокультурной среды. Она справедливо отмечает следующий факт: «Милые, трогательные трикстеры, не вписывающиеся в жесткие нормы, Чебурашка и Гена стали любимцами в 1960–1970-е гг. В постсоветское время, в качестве атрибутов детских площадок, фигуры героев постепенно окарикатуривались, что позволяло дистанцироваться от советского прошлого. В 2010-е гг. прошлое, воплотившись в гротескных образах Гены и Чебурашки на придомовых пространствах городов, «присваивается» субъектом, интериоризируется, либо вновь высвечивая одинокость и заброшенность отдельного человека, либо вызывая к мужеству и состраданию, альтернативным гламуру и насилию» [Барковская 2020].

Эти черты, безусловно, появляются в образе нового «Чебурашки», который отныне окончательно перестал быть метафорой советского детства, но превратился в существо,

подобное социализированным животным городских джунглей. В нем наглядно представлены ключевые пороки современного меркантильного российского общества, стремительно осознавая которое, Чебурашка слишком быстро отказывается относить себя не только к человеческому роду, но и вообще к человеческой цивилизации, зато с легкостью идентифицирует себя в качестве инфантильного существа, максимально соответствующего популярному образу гламурной, потребительской беззаботности. Подобная расстановка смыслов и экзистенциальных приоритетов, безусловно, свидетельствует о том, что картина является успешным отечественным креативным продуктом, который практически реализовал идеологию западнизма (который, по мнению А. Зиновьева, «стремится к усилению недемократического аспекта системы власти и управления, к усилению роли государственности, к введению недемократических элементов в систему власти и к превращению демократии в средство манипулирования массами и в камуфляж для тоталитарного аспекта» [Зиновьев 2008]) на фоне трагических геополитических событий в Европе, да и во всем остальном мире.

Литература

- Барковская, Н. В. (2020). Приключения Чебурашки: гротескная реактуализация образа в современном сознании. *Уральский филологический вестник. Серия: Русская литература ХХ-XXI веков: направления и течения*, 1, 91-106.
- Гаврилов, Э. П. (2011). Авторские права на персонаж. *Патенты и лицензии*, 12, 41-48.
- Голдовский, Б. (1990). Театр Эдуарда Успенского. *Успенский, Э. Дядя Фёдор, пёс и кот*. Москва: Искусство.
- Жванецкий, М. (2015). Удар с предоплатой. Государственный разговор в дорогом ресторане. В книге: Жванецкий, М. *Одесский телефон*. Москва: Эксмо. Режим доступа: <https://iknigi.net/avtor-mihail-zhvaneckiy/89767->

- odeskiy-telefon-mihail-zhvaneckiy/read/page-7.html (дата обращения: 12.05.2024).
- Зиновьев, А. (2008). *Запад. Феномен западнизма*. Москва: Менталитет. Режим доступа: <https://massolit.site/book/zapad-fenomen-zapadnizma> (дата обращения: 12.05.2024).
- Кузнецова, Л. (2023). Как работали над костюмами и предметным миром нового «Чебурашки»? *Кинопоиск*. Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4007270/> (дата обращения: 12.05.2024).
- Мазурова, С. (2021). Театр марионеток имени Деммени отметил 50-летие Чебурашки. *RG.ru*. Режим доступа: <https://rg.ru/2021/04/19/reg-szfo/teatr-marionetok-imeni-demmeni-otmetil-50-letie-cheburashki.html> (дата обращения: 12.05.2024).
- Маслова, А. (2023). *Чебурашка. Официальная новеллизация*. Москва: АСТ. Режим доступа: <https://www.litres.ru/> (дата обращения: 12.05.2024).
- Маслова, Л. (2022). «Чебурашка». Лидия Маслова – о строгом выговоре, который зверек неизвестной породы делает человечеству. *Кинопоиск*. Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4007250/> (дата обращения: 12.05.2024).
- Матвеев, О. (2015). «Как я нарисовал Чебурашку» Мультипликатор Леонид Шварцман – о больших ушах и роли Ленина в «38 попугаях». *Мослента*. Режим доступа: <https://moslenta.ru/city/cheburashka.htm> (дата обращения: 12.05.2024).
- Некита, А. Г., & Маленко, С. А. (2024). Услужить индустриям ностальгии: мифология советского Чебурашки в лабиринтах потребительской безысходности. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 2(7), 86-126. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2\(7\)-86-126](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2(7)-86-126)
- Павлова, Д. (2019). Аниматор Шварцман: изначально у Чебурашки были обычные "ушки на макушке". *TASS*. Режим доступа: <https://tass.ru/interviews/6814040> (дата обращения: 12.05.2024).
- Регев, Й. (2023). Чебурашка: заметки к истории Имманентного Невозможного. *Философско-литературный журнал «Логос»*, 33(5 (156)), 197-212. <https://doi.org/10.22394/0869-5377-2023-5-197-211>
- Романишина, Т. С., & Балашова, М. Р. (2024). Продвижение российских кинофильмов в медиа (на примере кинофильма «Чебурашка»). *Вопросы медиабизнеса*, 1, 43-53.
- Селютин, А. А. (2018). Прецедентные феномены в сценариях компьютерных игр (на примере компьютерной игры "World of Warcraft"). *Челябинский гуманитарий*, 4(45). Режим доступа: <https://clck.ru/3Cmtb8> (дата обращения: 12.05.2024).
- Успенский, Э. (1966). *Крокодил Гена и его друзья*. Москва: Детская литература. Режим доступа: <https://azbyka.ru/fiction/krokodil-gena-i-ego-druzja-jeduard-uspenskij/6/> (дата обращения: 12.05.2024).
- Фадин, Г. (2023, 17 января). Заслуженный успех? «Чебурашка» – рецензия на фильм (2023 г.). *Сетевое издание «Kuzbass»*. Режим доступа:

<https://kuzbass85.ru/2023/01/17/zasluzhennyj-uspeh-cheburashka-reczenziya-na-film/> (дата обращения: 12.05.2024).

Хорушевский, И. (2023, 6 января). «Чебурашка» заработал миллиарды.

Благодаря чему фильм ставит рекорды в прокате. *Коммерсантъ*. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5758449> (дата обращения: 12.05.2024).

Шагельман, Ю. (2022, 29 декабря). Ушной промысел. Новогодний прокат украсится «Чебурашкой». *Коммерсантъ*. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/5754849?from=doc_vrez (дата обращения: 12.05.2024).

Информация об авторах

Некита Андрей Григорьевич – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, культурологии и социологии. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (Россия, 173003, Великий Новгород, ул. Б. Санкт-Петербургская, 41), ORCID: 0000-0002-9254-2901, beresten@mail.ru

Маленко Сергей Анатольевич – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии, культурологии и социологии. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (Россия, 173003, Великий Новгород, ул. Б. Санкт-Петербургская, 41), ORCID: 0000-0003-4828-0171, olenia@mail.ru

"COCKTAIL" CHEBURASHKA: MEDIA TECHNOLOGIES FOR CREATING AND PROMOTING AN IMAGE IN RUSSIAN MASS CINEMA

Andrey Nekita, Sergey Malenko

Abstract. The Russian family comedy Cheburashka became not only an example of a successful commercial project, but also demonstrated an example of professional adaptation of Hollywood technologies in the modern domestic socio-cultural space. Against the background of a steady and continuously increasing nostalgia for the Soviet past, a creative product was created in which the audience's illusions about the Soviet Cheburashka and new Western-oriented, ideologized cultural values were strangely combined, which turned out to be encoded in the characters, subject environment and plot twists of the film. The image of Cheburashka in Soviet culture evolved from an amorphous animal with an unspecified species to a common Soviet symbol of childhood with an appropriate set of existential meanings. According to the authors of the Russian Cheburashka, they created a new story of this character, at the same time, the retroatmosphere of the picture and the set of characters invariably refer viewers to the Soviet Cheburashka. But the new image can only formally be attributed to

its visual prototype, since it was intentionally created as a visual and semantic structure appealing to the prevailing industrial thematism and consumer values in Russian society. That is why the new Cheburashka becomes an "Easter egg", implicitly indicating the presence in one film of several dozen purposefully borrowed elements of images of popular characters from commercially successful Western, Soviet and Russian media projects of the past decades. Such technology makes it possible to fix the prevailing ideological trend associated with the comprehensive assimilation of Western values in the space of Russian culture.

Keywords: mythology of Cheburashka, childhood, the film "Cheburashka", socialization, nostalgia for the Soviet, production theme, visual technology of constructing media images, Easter egg, assimilation of values, glamorization of the image, consumerism, ideology of Westernism.

References

- Barkovskaia, N. V. (2020). Prikliucheniiia Cheburashki: grotesknaia reaktualizatsiia obraza v sovremenном soznanii [Cheburashka's Adventures: a grotesque reconstruction of an image in modern consciousness]. *Ural'skii filologicheskii vestnik. Serija: Russkaia literatura XX-XXI vekov: napravleniia i techeniia* [Ural Philological Bulletin. Series: Russian literature of the XX-XXI centuries: trends and technologies], 1, 91-106. (In Russ).
- Fadin, G. (2023, January 17). Zasluzhennyi uspekh? «Cheburashka» – retsenziia na fil'm (2023 g.) [A well-deserved success? Cheburashka – film score (2023)]. *Setevoe izdanie «Kuzbass»* [Kuzbass online publication]. Available at: <https://kuzbass85.ru/2023/01/17/zasluzhennyj-uspeh-cheburashka-reczenziya-na-film/> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).
- Gavrilov, E. P. (2011). Avtorskie prava na personazh [Copyright of the character]. *Patenty i litsenziy* [Patents and licenses], 12, 41-48. (In Russ).
- Goldovskii, B. (1990). Teatr Eduarda Uspenskogo [The Theater of Eduard Uspensky]. Uspenskii, E. *Diadia Fedor, pes i kot* [Uncle Fyodor, the dog and the cat]. Moscow: Art Publ. (In Russ).
- Khorushevskii, I. (2023, January 6). «Cheburashka» zarabotal milliardy. Blagodaria chemu fil'm stavit rekordy v prokate [Cheburashka has earned billions. Thank you for setting records at the box office]. *Kommersant* [Merchant]. Available at: <https://www.kommersant.ru/doc/5758449> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).
- Kuznetsova, L. (2023). Kak rabotali nad kostiumami i predmetnym mirom novogo «Cheburashki»? [How did you work on the costumes and the subject of the world of the new Cheburashka?]. *Kinopoisk* [KinoPoisk]. Available at: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4007270/> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).
- Maslova, A. (2023). *Cheburashka. Ofitsial'naia novellizatsiia* [Cheburashka. Official novelization]. Moscow: AST Publ. Available at: <https://www.litres.ru/> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).
- Maslova, L. (2022). «Cheburashka». Lidiia Maslova – o strogom vygovore, kotoryi zverek neizvestnoi porody delaet chelovechestvu ["Cheburashka". Lydia

- Maslova – about the strict conversation that an animal of an unknown breed makes to a person]. *Kinopoisk* [KinoPoisk]. Available at: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4007250/> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).
- Matveev, O. (2015). «Kak ia narisoval Cheburashku». *Mul'tiplikator Leonid Shvartsman – o bol'sikh ushakh i roli Lenina v «38 popugaiakh»* ["How I drew Cheburashka" by animator. Leonid Shvartsman is about big ears and Lenin's role in 38 Parrots]. *Moslenta* [Moslenta]. Available at: <https://moslenta.ru/city/cheburashka.htm> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).
- Mazurova, S. (2021). Teatr marionetok imeni Demmeni otmetil 50-letie Cheburashki. *RG.ru*. Available at: <https://rg.ru/2021/04/19/reg-szfo/teatr-marionetok-imeni-demmeni-otmetil-50-letie-cheburashki.html> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).
- Nekita, A. G., & Malenko, S. A. (2024). Usluzhit' industriiam nostal'gii: mifologija sovetskogo Cheburashki v labirintakh potrebitel'skoi bezyskhodnosti. *Industrii vpechatlenii. Tekhnologii sotsiokul'turnykh issledovanii* (EISCRT) [Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)], 2(7), 86-126. (In Russ). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2\(7\)-86-126](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-2(7)-86-126)
- Pavlova, D. (2019). Animator Shvartsman: iznachal'no u Cheburashki byli obyknovennye "ushki na makushke" [The cartoonist Schwartzman: initially Cheburashka had ordinary "ears on top of his head"]. *TASS*. Available at: <https://tass.ru/interviews/6814040> (accessed: 12.05.2024).
- Regev, I. (2023). Cheburashka: zametki k istorii Immanentnogo Nevozmozhnogo [Cheburashka: notes on the history of the immanent Impossible]. *Filosofsko-literaturnyi zhurnal «Logos»* [Philosophical and literary magazine "Logos"], 33 (5 (156)), 197-212. (In Russ). <https://doi.org/10.22394/0869-5377-2023-5-197-211>
- Romanishina, T. S., & Balashova, M. R. (2024). Prodvizhenie rossiiskikh kinofil'mov v media (na primere kinofil'ma «Cheburashka») [Promotion of Russian films in the media (using the example of the film Cheburashka)]. *Voprosy mediabiznesa* [Media business issues], 1, 43-53. (In Russ).
- Seliutin, A. A. (2018). Precedentnye fenomeny v stsenariiakh komp'iuternykh igr (na primere komp'iuternoi igry "World of Warcraft") [Precedent phenomena in computer game scenarios (using the example of the computer game "World of Warcraft")]. *Cheliabinskii gumanitarii* [Chelyabinsk Humanitarian Institute], 4(45). Available at: <https://clck.ru/3Cmtb8> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).
- Shagel'man, lu. (2022, December 29). Ushnoi promysel. Novogodnii prokat ukrasitsia «Cheburashkoi» [Making a profit with the help of ears. New Year's rental will be decorated with "Cheburashka"]. *Kommersant* [Merchant]. Available at: https://www.kommersant.ru/doc/5754849?from=doc_vrez (accessed: 12.05.2024). (In Russ).
- Uspenskii, E. (1966). *Krokodil Gena i ego druz'ia* [Crocodile Gena and his friends]. Moscow: Children's literature Publ. Available at: <https://azbyka.ru/fiction/krokodil-gena-i-ego-druzja-jeduard-uspenskij/6/> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).

- Zhvanetskii, M. (2015). Udar s predoplatoi. Gosudarstvennyi razgovor v dorogom restorane [A blow with a prepayment. A state conversation in an expensive restaurant]. In: Zhvanetskii, M. *Odesskii telefon* [Odessa phone number]. Moscow: Eksmo Publ. Available at: <https://iknigi.net/avtor-mihail-zhvaneckiy/89767-odesskiy-telefon-mihail-zhvaneckiy/read/page-7.html> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).
- Zinov'ev, A. (2008). *Zapad. Fenomen zapadnizma* [West. The phenomenon of Westernism]. Moscow: Mentality Publ. Available at: <https://massolit.site/book/zapad-fenomen-zapadnizma> (accessed: 12.05.2024). (In Russ).

Author's information

Nekita Andrey Grigorievich – Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Sociology, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41 B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia), ORCID: 0000-0002-9254-1901, beresten@mail.ru

Malenko Sergey Anatolyevich – Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Sociology. Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41 B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia), ORCID: 0000-0003-4828-0171, olenia@mail.ru

For citation:

Nekita, A. G., & Malenko, S. A. (2024). "Cocktail" Cheburashka: media technologies for creating and promoting an image in Russian mass cinema. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 238-275. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-238-275](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-238-275)

УДК 394.011+304.444

5.7.7. Социальная и политическая философия

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-276-301](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-276-301)

ВЕЛИКИЕ СТРОЙКИ КОММУНИЗМА В ЗЕРКАЛЕ СОВЕТСКОЙ НОСТАЛЬГИИ



Софья Тихонова,
Саратовский
национальный
исследовательский
государственный
университет
им. Н. Г. Чернышевского
(Саратов, Россия).

Sophia Tikhonova,
Saratov State University
(Saratov, Russia).

ORCID: 0000-0003- 2487-3925
e-mail: segedasv@yandex.ru

Для цитирования статьи:

Тихонова, С. В. (2024). Великие стройки коммунизма в зеркале советской ностальгии. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 276–301. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-276-301](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-276-301)

Аннотация. В статье рассматривается эволюция мифологии великих строек коммунизма в контексте ностальгии по советскому. Автор показывает специфику формирования мифологемы великих строек в советской медиасфере через связь с базовыми конструктами официальной коммунистической идеологии. Указанная мифологема так и не смогла перейти в дискурсы исторической памяти, поскольку разоблачение культа личности и массовых репрессий запустили процесс подрыва доверия к советскому

мифологическому пафосу великих строек коммунизма вплоть до его полной идейной коррозии в период перестройки. Однако специфика накопления первичных научных данных по истории экономики принудительного труда в СССР вытеснила в тень реальное участие в великих стройках не только гражданского вольнонаемного населения, но и комсомольцев-активистов, массово отправлявшихся на эти объекты по призыву Коммунистической партии. Исходные условия многих строек были очень суровыми, а сами объекты отличались не только масштабностью, но и научностью, предполагавшей их высокую технологичность. В настоящее время великие советские стройки проникают в пространство медиапамяти через цифровой контент туристов, которых они привлекают в качестве источника небывалых впечатлений от экзотических достопримечательностей. Автор приходит к выводу о том, что в случае великих строек советская ностальгия как культурное течение работает с материальным, а не символическим измерением великих строек, черпая положительные коннотации для возвышения их имиджа в рамках индустрии впечатлений.

Ключевые слова: советская ностальгия, великие стройки коммунизма, памятники, места памяти, медиапамять, историческая память, коммеморация, социальная память, социальная мифология, индустрии впечатлений.

Введение

Советская ностальгия – один из важнейших трендов коллективной памяти, который сегодня становится основой идентичности русского/российского народа и движущей силой процессов реидеологизации. Востребованность воспоминаний о почти утраченном величии и статусе сверхдержавы в процессах противостояния глобальной угрозе, усиливающих установки на интеграцию и сплочение не вызывает сомнений. Советское наследие превращается в фундамент и питательную среду, в которой генерируются образы великого общего прошлого и надежного будущего. Советские роботы и советские вампиры, советская богема и советские ученые, советская номенклатура и советская разведка становятся устойчивыми мифологемами современной отечественной массовой культуры. Хронологическая

длительность перестроечной и ранней постсоветской деидеологизации привели к тому, что политическая доктринальная составляющая, связанная с программами построения социализма, традиционно выносится за скобки. Опыт длительных политических разногласий, перекосов в партийном строительстве и правового нигилизма привел к серьезному падению интереса к политическим учениям, совпадающему с очевидным дефолтом длинных текстов (неотъемлемый атрибут сложных нарративов) в рамках клиповой культуры. На этом фоне вполне закономерен и объясним интерес современников к культуре материальной как к базовому источнику культурных смыслов в условиях доминирования цифровой визуализации. Именно реконструкция интерьеров, городских пространств и костюмов отличает произведения советской ностальгии в спектре от кинематографа до компьютерных игр. Эта новая чувствительность к артефактам масштабируется до мест памяти в смысле П. Нора в целом. В том числе она может быть рассмотрена и на примере «великих строек коммунизма», имидж которых сегодня вновь начинает возвышаться. Следует специально оговориться, что даже на сегодняшний день исчерпывающего перечня великих строек коммунизма не существует, однако само его появление связано с одноименной серией марок «Великие стройки коммунизма» в 1951 году, в которую вошли изображения Стalingрадской ГЭС, Волго-Донского канала, Каховской ГЭС, Южно-Украинского и Северо-Крымского каналов, Куйбышевской ГЭС и Первого Туркменского канала. В Википедии (одноименная статья) к великим стройкам коммунизма также отнесены:

Днепрогэс, Братская ГЭС, Беломорско-Балтийский канал, Волго-Балтийский водный путь, «Магнитка», Байкало-Амурская магистраль.



Сталинградская ГЭС. Серия марок «Великие стройки коммунизма», 1951.

Изображение размещено в свободном доступе: <https://clck.ru/3CjENj>

Основная часть

Образ стройки играл важную роль в советской идеологической риторике уже с самых первых лет формирования государственной идеологии. Вероятно, его мифологической основой стали богооборческие мотивы библейского сюжета о строительстве Вавилонской башни, величественные образы прекрасных идеальных городов в произведениях классиков утопического социализма и в масонской «строительной»

мифологии. «Великие стройки коммунизма» – это идеологическое клише, применявшееся в советских СМИ для обозначения того, что сегодня мы назвали бы «мегапроектами». Они восходят к Сталинскому плану преобразования природы, направленному на предотвращение засух, песчаных и пыльных бурь, и включавшему не только собственно сельскохозяйственные меры (травопольный севооборот, лесозащитные насаждения и т. п.), но и широкую программу по созданию гидротехнических сооружений. Последние должны были решать целый комплекс задач, связанный с орошением земель, производством электричества, механизацией сельского хозяйства и модернизацией транспортной системы.

Показательно, что наиболее масштабные объекты этого плана требовали небывалой концентрации ресурсов, в том числе и человеческих. В идеологическом нарративе они позиционировались как наиболее яркие и зримые достижения социализма, на которые абсолютно не способно разобщенное капитализмом человечество. Ядром политической метафорики СССР в советских массмедиа был образный ряд крепкого здорового растущего организма, дополненный рядом артефактным, благодаря чему выстраивалась система фреймов и слотов, описывающая Советский Союз в рамках символической последовательности развивающегося организма, рукотворного механизма, здания, транспорта, единицы которой легко обращаются друг в друга. Как показывает Т. Ю. Быкова, в советской прессе конца 30-х гг. XX века

«Советский Союз предстает, как и подобает великой стране, в виде огромного сооружения, населенного жителями <...> Метафора дома

получила широкое развитие и различные авторские интерпретации за счет детального описания различных аспектов этого «государства-дома». Это связано еще и с тем, что понятие дома очень близко человеку с самого детства. Он подсознательно связывает его с представлениями о родительском доме, семейном очаге, уютном гнездышке, семье. Советское пространство, объединяющее под своей крышей различные национальности, выглядит как огромный дом. Подобно всем остальным строениям, он имеет прочный фундамент в виде социалистической экономики. Фундамент – это прочная основа, на которой выстраивается и покоятся экономика советского государства. Ворота большой страны крепко заперты. Они охраняют ее неприкосновенность и нерушимость. Ворота являются важной частью дома. С одной стороны, они не пропускают врагов, а с другой – гостеприимно открываются нужным, желанным людям» [Быкова 2011: 71–71].

В этом контексте великие стройки играли роль визитных карточек новой политической системы, задачам их возвышения подчинялась массовая культура, а технические и дизайнёрыские решения, связанные с ними, и стали основой сталинского ампира как архитектурного стиля.

Доклад Н. С. Хрущева «О разоблачении культа личности и его последствиях», прозвучавший в 1956 г., положил начало эпохе оттепели. Массовые репрессии в нем очерчивались избирательно, сам доклад оглашался на закрытом заседании XX съезда КПСС и был засекречен, получая затем известность по отрывкам, и в целом оценивался как современниками, так и потомками как «полуправда». В рамках настоящего исследования констатация этой «половинчатости» принципиальна, поскольку информация, ставшая фигурай умолчания, вскрывалась сначала диссидентскими движениями и потом получила широкое распространение в эпоху горбачевской перестройки и гласности.

Она приходила в полное противоречие с мифами о всеобщем строительстве коммунизма, основанном на вере и энтузиазме. Трагический образ каторги вытеснял кинематографические картины предвкушения новоселья, чистого и четкого нового мира, где в новых домах начиналась новая жизнь, опирающаяся на невиданный размах научно-технического прогресса.

В 1973 г. анонсируется выход первого тома книги «Архипелаг ГУЛАГ» А. И. Солженицына, произведения, вписанного в медиаповестку практически одновременно с его изданием – советская пресса и Союз Писателей СССР объявляли ее клеветой, тогда как на радио «Свобода» три месяца зачитывали ее в прямом эфире. Введение к первому тому заканчивается фразой: «Материал для этой книги также представили тридцать шесть советских писателей во главе с Максимом Горьким – авторы позорной книги о Беломорканале, впервые в русской литературе, восславившей рабский труд» [Солженицын 1990]. В целом после прочтения книги читатель остается с ощущением, что великие стройки коммунизма были поводом для создания концлагерей, перемалывающих негодных режиму людей, то есть, по сути, инструментом физического уничтожения политических оппонентов, не имевшим никакого другого праксеологического предназначения и смысла, и ориентированным только на примитивные технологии, обслуживаемые ненавидящими их людьми.



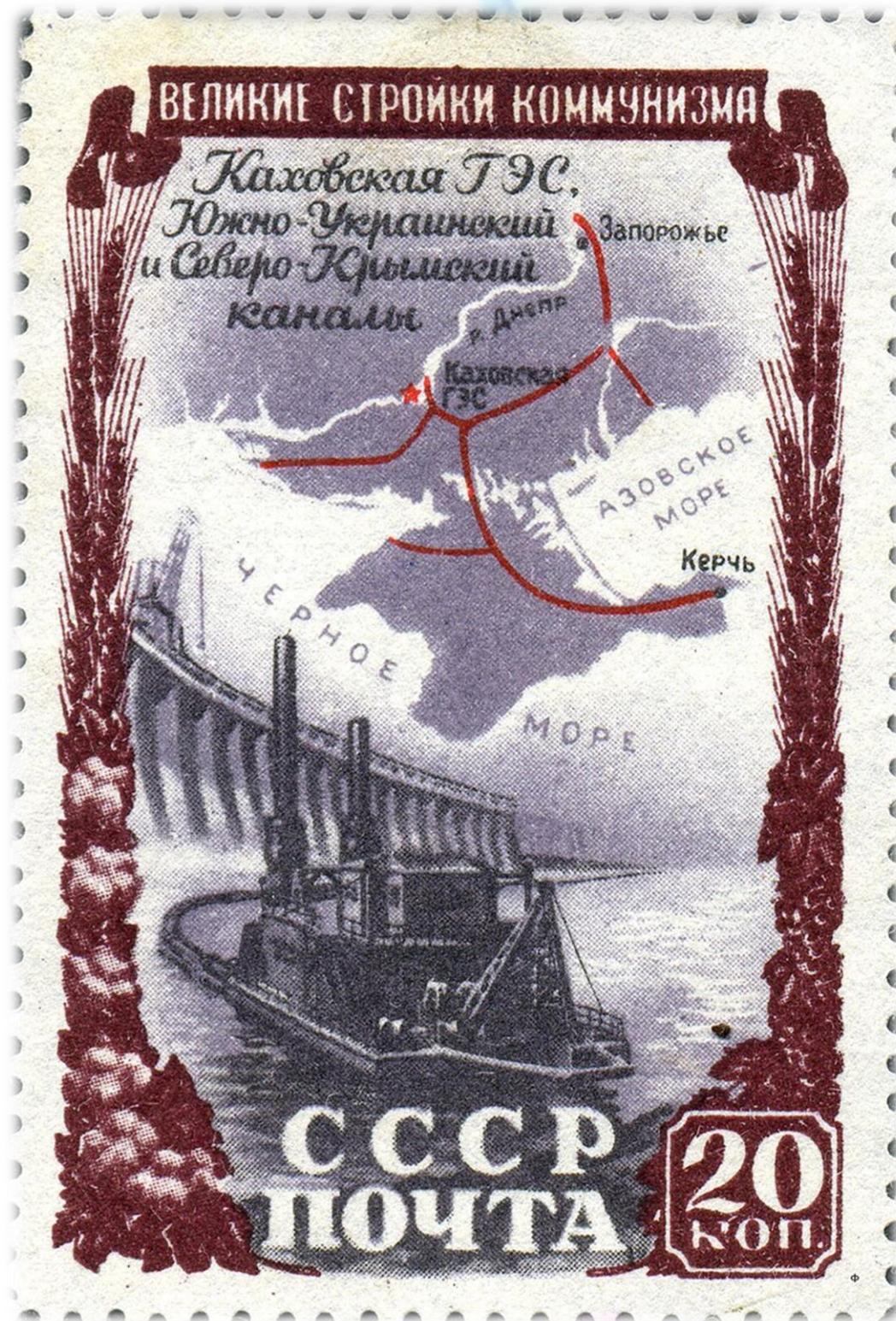
Волго-Донской канал. Серия марок «Великие стройки коммунизма», 1951.

Изображение размещено в свободном доступе: <https://lyl.su/sXPN>

Сформированный Солженицыным образ ГУЛАГа, демонизировавший СССР как империю зла и политического самогеноцида, во многом опирался на спорные статистические источники, верификация которых на основе архивных данных и до сих пор является серьезной научной проблемой. В академической плоскости стройки коммунизма трансформируются из идеологического объекта в объект исторических исследований экономики принудительного труда в СССР, тесно связанных с изучением репрессивной политики большевистского руководства и эволюции советских карательных учреждений [Jakobson 1993]. ГУЛАГ становится этизированной метафорой, в которой

структурное подразделение НКВД превращается в визитную карточку «государственно-террористического образа действий, насилиственной формы господства сталинизма» [Gestwa 2009: 482]. Поскольку чаще всего историческим источником становились впервые описываемые документы архивов, то разделить изучение и разоблачение, научную объективность и ангажированность, особенно в подобном контексте оказывается весьма сложно, а градус дискуссий вокруг личности И. В. Сталина и событий его периода в нашей стране в особых комментариях не нуждается. Накопление фактов значительно обгоняло аналитическую работу с ними. Тем не менее, постепенное закрытие «белых пятен» и сравнение различных источников создает плацдарм именно для аналитической работы. В XXI в. формируется тенденция на гораздо большую умеренность в оценке репрессивности крупномасштабных советских строек, которая начинается с признания того, что экономическая состоятельность ГУЛАГа заканчивается со сталинским правлением до утверждения о том, что многие советские проекты основаны не только на труде заключенных, но и на очевидном народном энтузиазме.

Так, редакторы издания «ГУЛАГ: Экономика принудительного труда» [Бородкин и др. 2008] уже в предисловии позиционируют свою книгу как «системное изложение различных аспектов экономики лагерной системы, от становления системы принудительного труда в СССР и формирования лагерной экономики, превращения ГУЛАГа в самую крупную хозяйственную структуру страны с практически неограниченной



285

Каховская ГЭС, Южно-Украинский и Северо-Крымский каналы.

Серия марок «Великие стройки коммунизма», 1951.

Изображение размещено в свободном доступе: <https://lyl.su/13Tc>

мобилизационной способностью, до последующего упадка экономического монстра в конце 50-х годов» [Бородкин и др. 2008: 8]. Конечно, их ключевая тема – неэффективность труда заключенных и методы «кнута», повсеместно используемые лагерными администрациями (отметим, что методы «пряника» поданы в этой книге весьма специфично). Примерно в это же время отдельные исследователи начинают обратную «переоценку» роли принудительного труда политических советских заключенных, отмечая, что «все же не стоит переоценивать значение использования труда заключенных ГУЛАГа в экономике СССР, т. к. ни производственные результаты, ни численность трудового фонда ГУЛАГа не были особенно внушительными» [Цеплакова 2009: 264]. Заметим, что в этом контексте принудительный труд как исправительная мера требует разграничения с инструментом политических репрессий. Процитированная работа А. А. Цеплаковой содержит вывод о том, что «за период 1935–1953 гг. доля капитального строительства НКВД/МВД, выполненная трудовым ресурсом заключенных ГУЛАГа, в среднем определяется как 9 % от общесоюзного» [Цеплакова 2009: 293], при этом основания считать ГУЛАГ «форпостом лагерной экономики» вполне сохраняются.

В современных исследованиях ником использования принудительного труда (в смысле, близком к рабскому, труда бесправного, беспросветного и очень тяжелого) однозначно считаются 30-е гг. XX века, в годы войны контингенты заключенных и кадровых работников существенно сокращаются из-за

ужесточения режима содержания, высокой смертности и военных амнистий, а в послевоенные годы их численность начинает стремиться к прежним размерам, но довольно быстро колapsирует в силу нерентабельности [Воробьева 2023]. Возможно, имели существенное значение и другие причины: А. В. Захарченко отмечает, что в конце 40-х – начале 50-х гг. XX века великие стройки становятся наиболее наглядным выражением экономики лагерей. Именно здесь имел место «массовый перевод бывших заключенных, получавших освобождение, в статус вольнонаемных работников, которых по-прежнему ограничивали в свободном выборе, насилиственно «закрепляя» за гулаговскими стройками. Здесь сталинское руководство пыталось через возвращение отмененных ранее инструментов мотивации труда заключенных (зарплата, зачеты рабочих дней) придать дополнительный импульс лагерной системе» [Захарченко 2014: 555].

Позднее в научной литературе усиливается тематика амбивалентности советского строя, в рамках которого исправительный лагерь и утопический «город Солнца» парадоксальным образом оказываются сторонами одной медали. Так, С. И. Быкова отмечает сопряженность истории новых советских городов по ту сторону Урала с историями исправительных лагерей (часто они развивались из основанной в безлюдном месте колонии, а само их развитие определялась не только климатическими условиями, но и субъективными планами начальников ИТЛ и субъективными же возможностями заключенных-архитекторов).

Тогда как само конструирование образа советского человека неизбежно опиралось на инверсию позитивного в негативное: «использование принудительного труда заключенных на всех «великих стройках» СССР в годы первых пятилеток и позднее следует рассматривать в качестве радикального метода как логическое «колонизацию продолжение колонизаторов» – романтические идеи о строительстве социализма, вдохновлявшие как участников революционного движения, так и представителей первых советских поколений, многие из них могли реализовать на огромных пространствах Севера, Урала и Сибири, будучи причислены к категории “врагов народа”» [Быкова 2023: 107].



Куйбышевская ГЭС. Серия марок «Великие стройки коммунизма», 1951.
Изображение размещено в свободном доступе: <https://lyl.su/NE8D>

В целом, примерно половина из канонического списка великих строек велась/заканчивалась в постсталинское время силами комсомольцев. Как показывает А. В. Захарченко, аналогично дело обстояло и с менее масштабными, но все же весьма значительными проектами, например с Куйбышевской и Сталинградской ГЭС [Захарченко 2014].

С этим тезисом изначально не должно было бы быть особых проблем, если бы речь шла о ситуации доверия к официальной историографии. Так газета «Правда» 19 мая 1956 г. публикует следующее обращение ЦК КПСС и Совет Министров СССР «Ко всем комсомольским организациям, к комсомольцам и комсомолкам, ко всей советской молодежи»: «Дорогие товарищи! Коммунистическая партия и Советское правительство обращаются ко всем комсомольским организациям, комсомольцам и комсомолкам, с призывом направить своих лучших товарищ̄ на строительство электростанций, металлургических, химических, нефтеперерабатывающих и машиностроительных заводов, рудников, угольных шахт, железных дорог, предприятий по производству цемента из горного железобетона в восточных и северных районах страны и в Донбассе» [Обращение Центрального Комитета Коммунистической партии Советского Союза... 1956: 1]. Следует сказать, что обращения такого рода практиковались и ранее, например, в 1925 г. ЦК РКСМ (Центральный Комитет Российского Коммунистического Союза Молодежи) обратился к студентам с письмом-призывом помочь в летний

период в строительстве промышленных объектов страны [см.: Бартенев & Бородкин 2023].

В тексте призыва есть и детализация проектов. Во-первых, обозначается важность полезных ископаемых в отмеченных регионах, необходимость их освоения, описывается значение намеченных к постройке ГЭС, железных дорог, комбинатов, перспективы развития сельского хозяйства и заселения пустующих земель, разумеется, с точки зрения «задач строительства коммунизма». Во-вторых, конкретизируется необходимый контингент – 400-500 тысяч юношей и девушек (включая демобилизованных срочников), готовых жить в трудных условиях, строить комфортную жизнь собственными руками и обладающими определенными личностными качествами («на новостройки должны поехать люди волевые, стойкие, сильные духом, не боящиеся трудностей и готовые их преодолеть» [Обращение Центрального Комитета Коммунистической партии Советского Союза... 1956: 1]).

За два дня до этого обращения выходит Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 17 мая 1956 г. № 648 «О мерах по обеспечению рабочей силой важнейших строек и предприятий, расположенных в восточных и северных районах страны и в Донбассе» [Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР... 1956], согласно которому предписывались организационные меры по разъяснительной работе и отбору молодежи, устанавливались льготы на проезд к месту стройки и более высокая заработка плата за труд в сложных условиях удаленных территорий. Молодежь откликнулась на этот призыв. Многие ехали в порыве

энтузиазма. Другие искали романтику. Трети гнались за опытом и длинным рублем. Сейчас довольно сложно дифференцировать мотивацию, да и последить дальнейшие судьбы этих людей. Тем не менее, массовость их перемещения была зафиксирована довольно быстро. Как показывает А. В. Филимонов, в Псковской области отъезд молодежи привел к ощутимому снижению численности населения: «Обстановка стала такой, что изъятие столь необходимых области рабочих рук, особенно из села, противоречила всякой логике народнохозяйственного развития и таила катастрофические последствия. Поэтому массовые общественные призывы и плановые переселения из Псковской области в середине 1970-х гг. были прекращены, наоборот, стали предприниматься усилия по закреплению молодежи в области, и прежде всего на селе» [Филимонов 2017: 43].



291

Главный Туркменский канал. Серия марок «Великие стройки коммунизма», 1951.
Изображение размещено в свободном доступе: <https://lyl.su/Zkj4>

Само перемещение молодых строителей отличалось достаточно сложной логистикой, требовало создания специализированных штабов. Первые их партии действительно начинали с палаток и костров, их труд был не только тяжелым в суровых условиях, но должен был быть и высоко технологичным. Например, о БАМе ходила шутка, что магистраль представляет собой мосты, соединенные дорогами [Юферов 2020]. Действительно, БАМ, при протяженности 4300 км пересекает не только 7 горных хребтов, но и 11 крупных рек и 3500 водотоков. Как раз поэтому в ее структуре насчитывается 2230 мостов, восемь тоннелей, включая самый большой в России – Северомуйский. При этом число населенных пунктов, которые связывает магистраль, всего 60. Разумеется, такие входные данные потребовали новых научных разработок: «экстремальные условия трассы продиктовали революционные научно-технические решения в тоннелестроении, технологиях отсыпки земляного полотна и буровзрывных работ при вечной мерзлоте. Разработана принципиально новая конструкция фундаментов опор мостов. В сентябре 1974-го создан научный совет Академии наук СССР по проблемам БАМа» [Шумейков 2023: 20].

Следует указать, что советская власть изначально стремилась сформировать коммеморацию вокруг своих великих строек, и филателия отнюдь не была ее единственной формой. Например, великие стройки играли важную роль в концепциях создания музея истории науки (еще в 20-х гг. XX века, а потому В. И. Вернадский обосновал принципиальное значение такого

музея для развития истории науки как научной дисциплины, включил его в базовую триаду «специализированный институт + журнал + музей» и добивался реализации музеиного проекта, который в итоге не состоялся) [Юсупова 2021: 428]. Однако советская власть и в целом стремилась включать великие стройки в музейные экспозиции, туристические экскурсии, пыталась поддерживать мемуарные традиции.



Шлюз № 15 Волго-Донского канала, скульптурная группа «Казаки». Изображение размещено в свободном доступе: https://pastvu.com/_p/a/2/2/f/22fupwyzgdxwi88xjr.jpg

Тем не менее, следует котировать тот факт, что из актуального, синхронического среза социально-политической мифологии СССР, бытовавшего в медиасреде, великие стройки в историческую память так и не перешли. Тематика массовых репрессий и деидеологизация сработали против них настолько

мощно, что в содержание цифровой медиапамяти на правах самостоятельных мифологем они практически не вошли. Однако нельзя сказать, что они полностью отсутствуют в цифровом контенте – настолько масштабные сооружения, продолжающие работать, сложно не заметить. Поэтому главным инструментом включения великих строек в мифологию советской ностальгии оказывается внутренний туризм, трансформирующий эти объекты в достопримечательности, а уже как раз в этом качестве они интегрируются в ностальгический цифровой контент.

Вывод

Достопримечательности – это фрагменты ландшафта, объекты или артефакты, получающие известность благодаря своим эстетическим или символическим характеристикам. К ним стремятся туристы, рядом с ними гуляют горожане, на их фоне фотографируются молодожены и выпускники. Все эти люди вписывают достопримечательности в свои личные истории, которые, в свою очередь, и являются основой аттрактивности достопримечательностей для людей, одновременно легко встраивая их структуру широко распространенных воспоминаний. Даже если не учитывать относимость многих достопримечательностей к историческому наследию, они легко поддаются интерпретации в контексте концепции «мест памяти» П. Нора, в которой памятное место синтезирует духовное и материальное, сплавляет его в единый символический элемент наследия исторической памяти общности [Нора 1999].

Все великие советские стройки сегодня легко обнаружить на основных сайтах для планирования путешествий, к тому же они имеют довольно высокие рейтинги и хвалебные отзывы (в недостатках обычно фиксируется запущенность или недостаточное оснащение видовых площадок). Активно рекламируются туры на поездах по БАМу (Тайшет – Братск – Северобайкальск – Тында – Комсомольск-на-Амуре – Советская Гавань – Ванино – Хабаровск). В 2021 г. РЖД анонсировали запуск впечатляющего круиза по БАМу и Транссибу «Мега-путешествие мечты: Байкало-Амурская и Транссибирская магистрали», стоимость билетов на который должен был составить от 1,35 до 2,93 миллиона рублей при длительности в 26 дней (на момент написания статьи на официальном сайте РЖД-туров rzdtour.com информации о таком туре нет). Конечно, для любителей российской экзотики более привычным вариантом является автопутешествие вдоль железнодорожных путей или через узловые станции. Но в целом туристический запрос, связанный с устойчивым интересом к этим местам, на сегодняшний день вполне очевиден.

Таким образом, советская ностальгия работает не с идеальным, а с материальным аспектом великих строек коммунизма. Исходная идеологическая традиция их мифологизации была прервана деконструкцией советского политического режима, осуществленной в связи с распадом СССР. Тогда как сегодня они вызывают интерес как каркасные элементы техногенных ландшафтов, в первую очередь поражающие своими масштабами, а также эстетическо-архитектурными и инженерными

решениями. Развитие внутреннего туризма, инициированное сначала пандемийным режимом, а затем и глобальным геополитическим противостоянием, лишь увеличивает число россиян, познакомившихся с великими стройками, и закладывает артефактную линию советской ностальгии, в которой объекты сами репрезентируют себя, уже без опоры на породившую их мифологическую систему.

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ в рамках научного проекта № 22-18-00153 «Образ СССР в исторической памяти: исследование медиастратегий воспроизведения представлений о прошлом в России и зарубежных странах», <https://rsrf.ru/project/22-18-00153/>.

Литература

- Бартенев, В. А., & Бородкин, А. В. (2023). Управление отечественными трудовыми ресурсами в 1945 – 1980 гг. *Самоуправление*, 6 (139), 42–43.
- Бородкин, Л., Грегори, П. & Хлевнюк, О. (ред.) (2008). ГУЛАГ: Экономика принудительного труда. Москва: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН); Фонд Первого Президента России Б. Н. Ельцина.
- Быкова, С. И. (2023). «Великие стройки» 1930-х годов в системе социалистической колонизации и в восприятии современников. *Люди и стройки: социокультурный портрет эпохи первых пятилеток: Сборник научных статей по материалам VII Всероссийской научно-практической конференции, Пермь – Красновишерск, 29–30 октября 2022 года* (стр. 95-109). Пермь: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет".
- Быкова, Т. Ю. (2011). Подготовка к войне или великая стройка? Метафорический образ Советского Союза в советской прессе довоенного времени (1930–1939 гг.). *Политическая лингвистика*, 3(37), 69–73.
- Воробьева, Е. Е. (2023). Трансформация экономической деятельности лагерей ГУЛАГа с 1930-х гг. по 1953 г. *Люди и стройки: социокультурный портрет эпохи первых пятилеток : Сборник научных статей по материалам VII Всероссийской научно-практической конференции, Пермь – Красновишерск, 29–30 октября 2022 года* (стр. 110-120). Пермь: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет".

- Захарченко, А. В. (2014). Трудовые ресурсы ГУЛАГа на "великих стройках коммунизма" 1948–1953 гг.: мобилизационные возможности системы или тупик лагерной экономики? *Исторический журнал: научные исследования*, 5, 555–568. <https://doi.org/10.7256/2222-1972.2014.5.14684>
- Нора, П. (1999). Проблематика мест памяти. *Франция–память* (стр. 17–50). Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета.
- Обращение Центрального Комитета Коммунистической партии Советского Союза и Совета Министров СССР ко всем комсомольским организациям, к комсомольцам и комсомолкам, ко всей советской молодежи (1956, 19 мая). *Правда*, 99 (5.201). Режим доступа: chrome-extension://efaidnbmnnibrscajpcglclefindmkaj/<https://elib.uraic.ru/bitstream/123456789/16959/1/0021630.pdf> (дата обращения 01.06.2024).
- Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 17 мая 1956 г. № 648 «О мерах по обеспечению рабочей силой важнейших строек и предприятий, расположенных в восточных и северных районах страны и в Донбассе».* (1956). Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20160902044050/http://www.ussrdoc.narod.ru/ussr3.htm> (дата обращения 01.06.2024).
- Солженицын, А. И. (1990). *Архипелаг ГУЛАГ. 1918–1956: Опыт художественного исследования. Т. 1.* Москва: Центр «Новый мир». Режим доступа: <https://azbyka.ru/fiction/archipelag-gulag-tom-1-aleksandr-solzhenicyn/> (дата обращения 01.06.2024).
- Филимонов, А. В. (2017). Псковичи на "великих стройках" (1950–1970-е гг.). *Вестник Псковского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки*, 5, 35–44.
- Цепкалова, А. А. (2009). Главпромстрой в системе ГУЛАГа: экономика принудительного труда на «Великих стройках коммунизма». *Экономическая история: ежегодник: 2008*, 258–296.
- Шумейко, И. (2023). БАМ – последняя победа в ряду Великих строек. *Энергия: экономика, техника, экология*, 9(465), 17–22. <https://doi.org/10.7868/S0233361923090033>
- Юсупова, Т. И. (2021). Проекты «музея истории науки и техники» от «Великих строек» до перестройки: контексты, концепции, персоналии. *Революция и эволюция: модели развития в науке, культуре, социуме: труды III Всероссийской научной конференции, Нижний Новгород, 26–28 ноября 2021 года* (стр. 427–430). Москва: Межрегиональная общественная организация «Русское общество истории и философии науки».
- Юферов, С. (2020, 20 февраля). БАМ. Стройка века или закопанные миллиарды? *Военное обозрение*. Режим доступа: <https://topwar.ru/168362-bam-strojka-veka-ili-zakopannye-milliardy.html> (дата обращения 01.06.2024).
- Gestwa, K. (2009). Aufbruch aus dem GULag? Forschungsstand und Konzeption des Themenheftes. *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas*, 481–491.
- Jakobson, M. (1993). *Origin of Gulag: The Soviet Prison Camp System 1917–1934*. Louisville: University Press of Kentucky. Available at: <http://www.jstor.org/stable/j.ctt130jsp1> (accessed: 01.06.2024).

Информация об авторе

Тихонова Софья Владимировна – доктор философских наук, доцент, профессор кафедры теоретической и социальной философии, Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского (Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83), ORCID: 0000-0003-2487-3925, segedasv@yandex.ru

THE GREAT BUILDINGS OF COMMUNISM IN THE MIRROR OF SOVIET NOSTALGIA

Sophia Tikhonova

Abstract. The article examines the evolution of the mythology of the great construction projects of communism in the context of nostalgia for the Soviet. The author shows the specifics of the formation of the mythology of great construction projects in the Soviet media sphere through connection with the basic constructs of the official communist ideology. This mythologem was never able to move into the discourses of historical memory, since the exposure of the cult of personality and mass repressions launched the process of undermining trust in the Soviet mythological pathos of the great construction projects of communism until its complete ideological corrosion during the period of perestroika. However, the specifics of the accumulation of primary scientific data on the history of the economy of forced labor in the USSR pushed into the shadows the real participation in great construction projects not only of the civilian population, but also of Komsomol activists who went en masse to these sites at the call of the Communist Party. The initial conditions of many construction projects were very harsh, and the objects themselves were distinguished not only by their scale, but also by their knowledge intensity, which implied their high technological efficiency. Currently, great Soviet construction projects penetrate into the space of media memory through the digital content of tourists, whom they attract as a source of unprecedented impressions of exotic sights. The author concludes that in the case of great construction projects, Soviet nostalgia as a cultural movement works with the material, rather than symbolic, dimension of great construction projects, drawing positive connotations to elevate their image within the experience industry.

Keywords: Soviet nostalgia, great construction sites of communism, monuments, places of memory, media memory, historical memory, commemoration, social memory, social mythology, experience industries.

Acknowledgment: The research was carried out with support from the Russian Science Foundation according to the research grant No. 22-18-00153 “The image of the USSR in historical memory: a study of media strategies for reproducing ideas about the past in Russia and foreign countries”, <https://rsrf.ru/project/22-18-00153/>.

References

- Bartenev, V. A. & Borodkin, A. V. (2023). Upravlenie otechestvennymi trudovymi resursami v 1945 – 1980 g. [Management of domestic labor resources in 1945 – 1980]. *Samoupravlenie* [Self-government], 6(139), 42–43. (In Russ.).
- Borodkin, L., Gregori, P. & Khlevniuk, O. (ed.) (2008). *GULAG: Ekonomika prinuditel'nogo truda* [GULAG: Economics of forced labor]. Moscow: Russian Political Encyclopedia (ROSSPEN) Publ.; Foundation of the First President of Russia B. N. Yeltsin Publ. (In Russ.).
- Bykova, S. I. (2023). «Velikie strojki» 1930-h godov v sisteme socialisticheskoy kolonizacii i v vospriyatiyi sovremennikov [The "Great construction projects" of the 1930s in the system of socialist colonization and in the perception of contemporaries]. *Lyudi i strojki: sociokul'turnyj portret epohi pervykh pyatiletok : Sbornik nauchnyh statej po materialam VII Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Perm' - Krasnovishersk, 29-30 oktyabrya 2022 goda* [People and construction sites: a socio-cultural portrait of the era of the first five-year plans : A collection of scientific articles based on the materials of the VII All-Russian Scientific and Practical Conference, Perm - Krasnovishersk, October 29-30, 2022] (pp. 95–109). Perm: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Perm State Humanitarian Pedagogical University" Publ. (In Russ.).
- Bykova, T. Y. (2011). Podgotovka k vojne ili velikaya strojka? Metaforicheskij obraz Sovetskogo Soyuza v sovetskoj presse dovoennogo vremeni. (1930–1939 gg.) [Preparation for war or a great construction site? The metaphorical image of the Soviet Union in the Soviet press of the pre-war period (1930–1939)]. *Political Linguistics*, 3(37), 69–73. (In Russ.).
- Filimonov, A. V. (2017). Pskovichi na "velikih strojkah" (1950–1970-e gg.) [Pskov residents at the "great construction sites" (1950s–1970s)]. *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Social'no-gumanitarnye nauki* [Bulletin of the Pskov State University. Series: Social and Humanitarian Sciences], 5, 35–44. (In Russ.).
- Gestwa, K. (2009). Aufbruch aus dem GULag? Forschungsstand und Konzeption des Themenheftes. *Jahrbücher für Geschichte Osteuropas*, 481–491.
- Jakobson, M. (1993). *Origin of Gulag: The Soviet Prison Camp System 1917–1934*. Lousville: University Press of Kentucky. Available at: <http://www.jstor.org/stable/j.ctt130jsp1> (accessed: 01.06.2024).
- Nora, P. (1999). Problematika mest pamyati. [The problems of memory locations]. *Franiya-pamyat'* [France-memory] (pp. 17–50). Saint-Petersburg: Publishing House of Saint-Petersburg University. (In Russ.).
- Obrashchenie Central'nogo Komiteta Kommunisticheskoy partii Sovetskogo Soyuza i Soveta Ministrov SSSR ko vsem komsomol'skim organizaciyam, k komsomol'cam i komsomolkam, ko vsej sovetskoj molodezhi [The appeal of the Central Committee of the Communist Party of the Soviet Union and the

- Council of Ministers of the USSR to all Komsomol organizations, to Komsomol members and Komsomol members, to all Soviet youth] (1956, May 19). *Pravda*, 99(5.201). (In Russ.).
- Postanovlenie CK KPSS i Soveta Ministrov SSSR ot 17 maya 1956 g. N 648 «O merah po obespecheniyu rabochej siloj vazhnejshih stroek i predpriyatiij, raspolozhennyh v vostochnyh i severnyh rajonah strany i v Donbasse»* [Resolution of the Central Committee of the CPSU and the Council of Ministers of the USSR dated May 17, 1956 No. 648 "On measures to ensure the working forces of the most important construction sites and enterprises located in the eastern and northern regions of the country and in the Donbas"] (1956). Available at: <https://web.archive.org/web/20160902044050/http://www.ussrdoc.naro.d.ru/ussr3.htm> (accessed: 01.06.2024). (In Russ.).
- Shumejko, I. (2023). BAM – poslednyaya pobeda v ryadu Velikih stroek [BAM is the latest victory in a series of Great Construction projects]. *Energiya: ekonomika, tekhnika, ekologiya* [Energy: economics, technology, ecology], 9(465), 17–22. (In Russ.). <https://doi.org/10.7868/S0233361923090033>.
- Solzhenicyn, A. I. (1990). *Arkhipelag GULAG. 1918–1956: Opyt khudozhestvennogo issledovaniia. T. 1* [The GULAG Archipelago. 1918–1956: The experience of artistic research. Vol. 1]. Moscow: Novy Mir Center Publ. Available at: <https://azbyka.ru/fiction/arxipelag-gulag-tom-1-aleksandr-solzhenicyn/> (accessed: 01.06.2024). (In Russ.).
- Tsepkalova, A. A. (2009). Glavpromstroy v sisteme GULAGa: ekonomika prinuditel'nogo truda na "Velikih strojkah kommunizma" [Glavpromstroy in the Gulag system: the economics of forced labor on the "Great Construction Sites of Communism"]. *Economic History: Yearbook: 2008*, 258–296. (In Russ.).
- Vorobyova, E. E. (2023) Transformaciya ekonomiceskoy deyatel'nosti lagerej Gulaga s 1930-h gg. po 1953 g. [Transformation of the economic activity of Gulag camps from the 1930s to 1953]. *Lyudi i strojki: sociokul'turnyj portret epohi pervyh pyatiletok : Sbornik nauchnyh statej po materialam VII Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Perm' - Krasnovishersk, 29–30 oktyabrya 2022 goda* [People and construction sites: a socio-cultural portrait of the era of the first five-year plans : A collection of scientific articles based on the materials of the VII All-Russian Scientific and Practical Conference, Perm - Krasnovishersk, October 29–30, 2022] (pp. 110–120). Perm: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Perm State Humanitarian Pedagogical University" Publ. (In Russ.).
- Yuferov, S. (2020, February 20). BAM. Strojka veka ili zakopannye milliardy? [BAM. The construction of the century or buried billions?]. *Voennoe obozrenie* [Military Review]. Available at: <https://topwar.ru/168362-bam-strojka-veka-ili-zakopannye-milliardy.html> (accessed: 01.06.2024). (In Russ.).

- Yusupova, T. I. (2021). Proekty «muzeya istorii nauki i tekhniki» ot «Velikih stroek» do perestrojki: konteksty, koncepcii, personalia [The projects of the Museum of the History of Science and Technology from the "Great Buildings" to Perestroika: contexts, concepts, personalities.]. *Revolyuciya i evolyuciya: modeli razvitiya v naуke, kul'ture, sociume : trudy III Vserossijskoj nauchnoj konferencii, Nizhnij Novgorod, 26–28 noyabrya 2021 goda* [Revolution and Evolution: Models of Development in Science, Culture, and Society : Proceedings of the III All-Russian Scientific Conference, Nizhny Novgorod, November 26–28, 2021] (pp. 427–430). Moskow: Interregional public organization "Russian Society of History and Philosophy of Science" Publ. (In Russ.).
- Zakharchenko, A. V. (2014). Trudovye resursy GULAGa na "velikih strojkah kommunizma" 1948–1953 gg.: mobilizacionnye vozmozhnosti sistemy ili tupik lagernoj ekonomiki? [GULAG labor resources on the "great construction sites of Communism" 1948–1953: the mobilization capabilities of the system or the impasse of the camp economy?]. *Historical Journal: Scientific Research*, 5, 555–568. (In Russ.). <https://doi.org/10.7256/2222-1972.2014.5.14684>

Author's information

Tikhonova Sofya Vladimirovna – Doctor of Philosophy, Associate Professor, Professor of the Department of Theoretical and Social Philosophy, Saratov State University (83, Astrakhan str., Saratov, 410012, Russia), ORCID: 0000-0003-2487-3925, segedasv@yandex.ru

For citation:

Tikhonova, S. V. (2024). The Great Buildings of Communism in the Mirror of Soviet Nostalgia. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 276–301. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-276-301](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-276-301)

УДК 791.43.04+394.014

5.10.1. Теория и история культуры, искусства

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-302-340](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-302-340)

УРБАНИСТИЧЕСКИЙ КАЛЕЙДОСКОП: МНОГООБРАЗИЕ ОБРАЗОВ ЛУГАНСКОГО КРАЯ В ТВОРЧЕСТВЕ М. М. МАТУСОВСКОГО И СОВЕТСКОМ КИНО



Оксана Серостанова,

Луганский
педагогический
университет
(Луганск, ЛНР, Россия).

Oxana Serostanova,

Lugansk state
pedagogical university
(Lugansk, LPR, Russia).

ORCID: 0009-0004-1187-1730

e-mail:

oxanaserostanova@gmail.com

Для цитирования статьи:

Серостанова, О. Б. (2024). Урбанистический калейдоскоп: многообразие образов Луганского края в творчестве М. М. Матусовского и советском кино. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 302-340. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-302-340](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-302-340)

Аннотация. Объектом исследования избран образ Луганского края как зеркало эпохи, в котором отражены социальные и культурные изменения. Предметом для анализа послужила лирика советского поэта-песенника М. М. Матусовского и культовое советское кино, в котором ярко представлены урбанистические пейзажи луганского региона, его архитектура,

повседневная жизнь людей и ведущие противоречия времени. В качестве методов исследования выбраны семиотический, социокультурный подходы, сравнительно-исторический и контент-анализ. Установлено, что при создании образа Луганщины в советских кинофильмах «Молодая гвардия», «Свет в окне», использованы символы возрождения, трудолюбия, веры в будущее, подвиги героев и тружеников. В более поздних кинолентах «Антрацит» и «Зеркало для героя» наблюдается переосмысление советского прошлого и фиксация кризиса общественной морали. Философия художественного образа, сконструированного на архетипах поиска, любви, верности, бунта, раскрывается через мифопоэтические символы, мифологемы «технического края» и «индустриального края», а также характер главных героев. Исследование показало, что кино как художественно-эстетический и социокультурный продукт творчества в полной мере раскрывает визуальный портрет Луганского края, создает эмоциональный накал и воспроизводит стремительную динамику времени, подчеркнутую меняющимися городскими ландшафтами послевоенного восстановления страны.

Ключевые слова: экранная культура, символ, городская среда, образ, мифологема, культурный контекст, художественный прием, городской ландшафт, индивидуализация образа, культурная модель.

Воспевание красоты городов Луганского края в лирике М. М. Матусовского

Большую часть информации человек получает через образы, знаки и символы, которые окружают его повсюду. Это и городская среда, и социальные сети, и вывески магазинов и т. п. В современном мире неуклонно возрастает роль образности в повседневной жизни. На это обращают внимание не только ученые, но и писатели, которые с помощью художественного слова могут передавать и открывать мир образов, знакомый и понятный обычному человеку – носителю культуры.

В эпоху надвигающихся перемен именно поэты, режиссеры, сценаристы и другие деятели культуры особенно остро ощущают изменения в социальной и культурной сфере. Именно художественные образы становятся ключевыми компонентами,

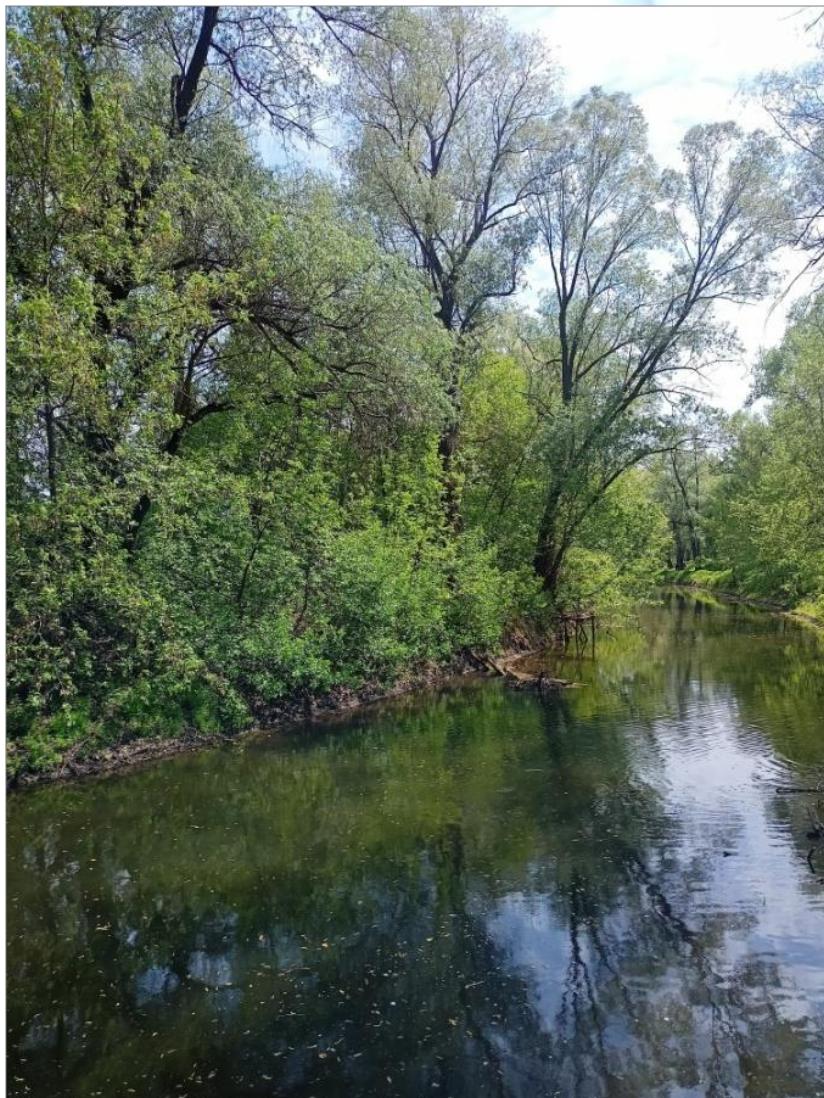


актуализирующими проблематику визуального в науке, литературе, кино. Они превращаются одновременно и в потребителей, и в производителей «семантических ресурсов» [Инишев 2012: 185]. Образ поддерживает необходимые для самоидентификации человека символические опоры [Еремина 2011]. В художественном творчестве идентификация повсеместно проявляется и в малых формах, в том числе в стихотворениях.

Исследование и типологизация природных знаков и образов, формирующих художественный текст, несомненно, способствует вычленению самобытного, индивидуального в культуре, в формировании и восприятии имиджа той или иной территории. Индустриальные пейзажи, шахтерские поселки, живописные уголки природы – все это находит свое отражение в многочисленных произведениях искусства, повествующих о Луганском крае.

В настоящей статье мы обратимся к творчеству выдающегося советского поэта-песенника М. М. Матусовского и к кинокартинам советского кинематографа, в которых раскрывается многогранность и неповторимость региона, образ «царства вечного труда» [Журавлева 2010: 6].

В своих стихотворениях М. М. Матусовский воспевал трудовые подвиги шахтеров, металлургов, строителей, защитников Отечества, создавая особый дух и атмосферу Луганщины с ее мужеством и стойкостью, а такие стихи поэта как «Город над Луганью» и «Песня о Луганске» впоследствии стали общепризнанными гимнами трудовой славы нашего края.



Живописные берега реки
Лугань, от которой берет
свое начало наименование
город Луганск, весна, 2022
год.

Фото из личного архива
автора.

Колоритная палитра Луганского края на экране советского кино

Советское кино также сыграло небывалую роль в формировании индустриального имиджа Луганского края на экране, представляя многогранный калейдоскоп городов и поселков, отражая их героические страницы.

Визуальным материалом для исследования послужили следующие киноленты: «Молодая гвардия» (1948 г.) Сергея

Герасимова, «Свет в окне» (1960 г.) Дмитрия Кочетова, «Антрацит» (1971 г.) Александра Сурина, «Зеркало для героя» (1987 г.) Владимира Хотиненко.

Подобный выбор обосновывается, во-первых, местом съемки и временем выхода указанных картин (Краснодон, Луганск, Антрацит, Боково-Платово). Во-вторых, возможностью представить разные аспекты визуально-кинематографического имиджа Луганского края. В-третьих, спецификой затрагиваемых тем. На большом экране Луганщина выступает активным действующим персонажем наравне с игравшими в фильмах актерами, подчеркивая в своем характере революционные и трудовые традиции жителей.



Луганск (1960-е гг.). Город неоднократно переименовывался в Ворошиловград, а именно в 1935 г. и 1970 г.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе «ЯндексКартинки»:
<https://ya.ru/images/search?from=tabbar&text=%20ворошиловград%201960%20годом%20техники>



Краснодон до Великой Отечественной войны представлял собой небольшой шахтерский городок.

Изображение размещено в свободном доступе на сайте «Шахтерская энциклопедия»:
https://miningwiki.ru/wiki/Файл:Шахта_1-бис_Краснодон-4.jpg



Вид на одну из длинных улиц города

Алчевска – ул. Чапаева

Изображение размещено в свободном доступе на сайте Центральной библиотеки города Алчевска:
<https://acb.alchevsk.su/чапаева>



Поселок Платово.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе «ЯндексКартинки»:
<https://ya.ru/images/search?from=tabbar&text=боково-платово%20ссср%201980>

Ода родной земле: поэтическое воплощение Луганского края в творчестве М. М. Матусовского

Исследование творческого наследия М. М. Матусовского представлены в работах Г. С. Васильченко, М. А. Назаренко, В. В. Нестерука, Е. Б. Филя, Ю. Дмитрука, И. Ефремовой и др., которые выявляют ключевые символы, мифологемы и концепты, свойственные образу Луганского края. Изучая творчество поэта, ученые раскрывают различные географические, исторические, этнокультурные и ресурсные маркеры Луганщины.

Основной базой для нашего исследования творчества М. М. Матусовского послужили следующие поэтические сборники: «Земля моих отцов – Донбасс. Стихи и песни о Луганщине и Донбассе» (2011 г.), «Здесь начало моей родословной: Михаил Матусовский и Луганск» (2008 г.), «Михаил Матусовский о жизни. И жизнь о нем» (2010 г.).

Обращаясь к литературной традиции описания Луганского края, мы неизменно находим его символические константы: терриконы, уголь, половецкая степь, ковыль, домна, горная руда, курганы. Они выступают неотъемлемыми составляющими шахтерской культуры и своеобразной отсылкой к мифологемам «технического рая» и «светлого будущего». Например, в одном из сборников М. М. Матусовского характер региона подчеркивается следующими выражениями: «царственно дымились терриконы», «ночные паровозы друг друга окликали в полутиме», «здесь выпадает черный снег зимой», «тяжелый шлак и горная руда служили мне учебниками в школе», «то дымятся породы и сланцы, то идет в преисподней литье...», «на каменной земле цветы растут с трудом...» [Журавлева 2008а].

Культура в абсолютном большинстве случаев проявляется через опредмечивание природной среды. Несмотря на то, что шахтерская тематика неизменно доминирует в культурном образе Луганщины, культурный колорит этого края наполнен также исторически сложившимися традициями и обычаями населяющих ее этнических групп. Индивидуальные черты социокультурного образа Луганского края также выражены в соответствии с особенностями географического ландшафта. Луганский край выступает своеобразной внутрирегиональной целостностью множества местных городских универсумов, которые образуют общенациональный культурный мир. Так в поэтическом наследии М. М. Матусовского можно встретить образ города Краснодона: «...шахтерский тихий городок...»; «Разъезда Меловая – Родаково».

Также в его произведениях представлен и образ Алчевска: «...и дымится земля, остывая, как с железной начинкой пирог» и другие городские локации нашего региона.

По мере приближения к символизации регионального пространства обнаруживается разнообразие культурного ландшафта, представленного специфическими мифопоэтическими символами: железные ромашки, высокие курганы, бегущая вдаль колея, горькая мята, пылающее небо и др.



Типичный ландшафт Луганского края.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе «Фотобанк от TripTonkosti»:
<https://triptonkosti.ru/3-foto/kak-narisovat-terrikony-donbassa-84-foto.html>

Одним из наиболее ярких образов в лирике М. М. Матусовского становится образ Луганского края, органично впитавшего в себя дух перемен и бурного развития цивилизации XX

века. Речь идет о целой серии стихотворений, в которых трансформация образа и стиля жизни горожан и всей земли формируется за счет образа Донбасса как индустриального края.

Отражение истории и духа Луганщины в топониме «Донбасс»

Исторически сложившееся название «Донбасс» распространяется на территорию Донецкого угольного бассейна, включающую в себя целый спектр различных национальных традиций и специфическую культуру. Название это отражает характер его жителей и роль региона в экономике страны как крупного центра добычи угля и металлургии. Так в книге А. Чернова «Донбасский культурный код» (2019 г.) отмечается уникальная культурная идентичность Донбасса, сформированная под воздействием целого ряда факторов.

Прежде всего, это многонациональный регион, в котором исторически проживали русские, греки, евреи, армяне, украинцы, белорусы и другие этнические группы, что привело к формированию толерантной и открытой культуры, в которой главная ценность – это многообразие.

Во-вторых, промышленный характер Донбасса отражается через образ рабочего класса, исключительными социокультурными ценностями которого выступают трудолюбие, солидарность и коллективизм.

В-третьих, на формирование и развитие этой территории огромное влияние оказывали традиции казачества, ведущими

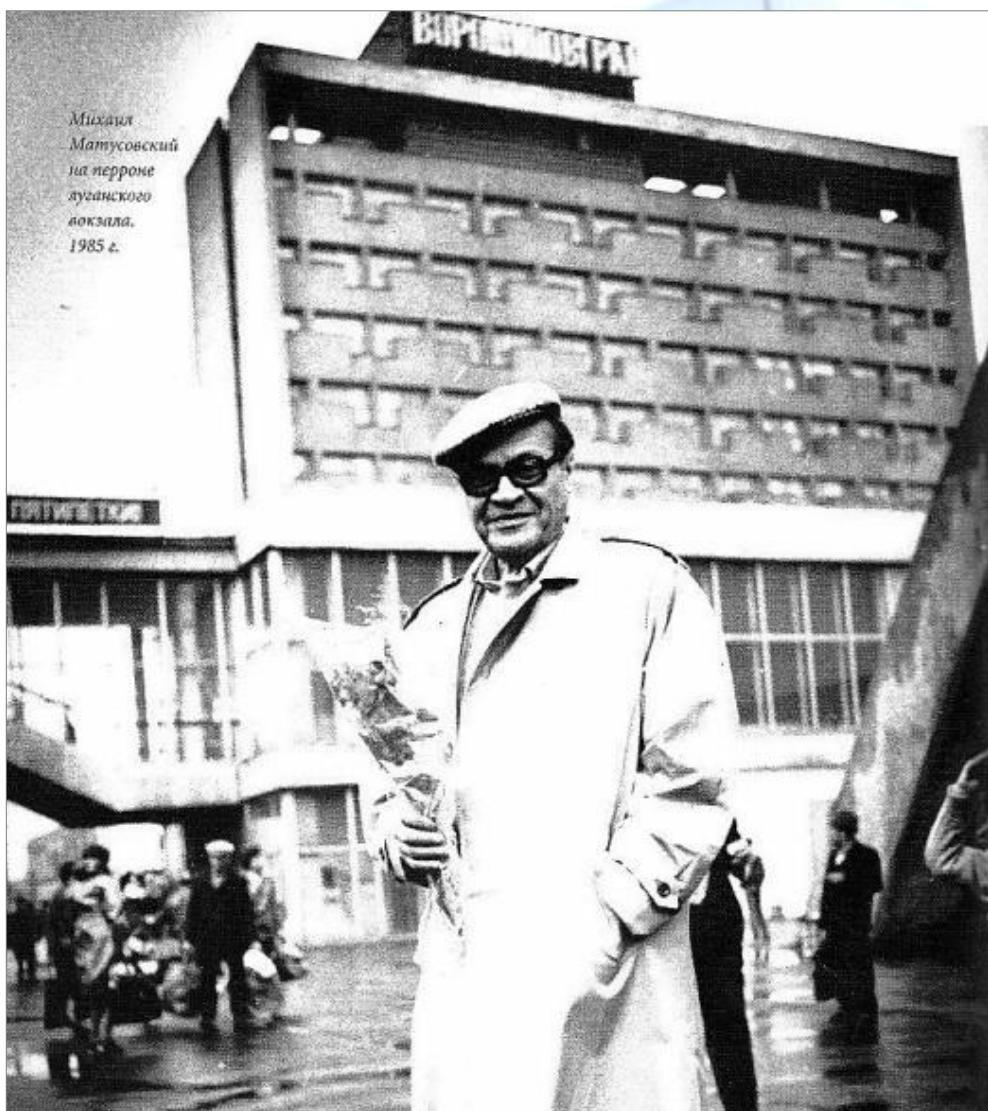
ценностями которого являются независимость, самодостаточность, мужество, честь и верность.

В-четвертых, для этого региона значимыми являются ведущие ценности советского общества, такие как интернационализм и социальная справедливость, которые сыграли важную роль в формировании и поколенческой ретрансляции культурного кода Донбасса.

Описывая образ Луганска и Луганщины в творчестве М. М. Матусовского, А. Чернов обращается к его книгам «Луганчане» (1937 г.), «Семейный альбом» (1970-1978 гг.), в которых раскрывается «многоголосье, затерянного среди донецких степей» [Чернов 2019: 54] Луганска и «философские размышления о целых поколениях обитателей юга России» [Чернов 2019: 54]. Дуальная природа города раскрывается через дихотомию темного и светлого, дня и ночи, внутреннего света и внешнего «чада» промышленного гиганта, предопределенного ему географическим местонахождением, «на дне донецкой пригоршни» [Чернов 2019: 55]. Здесь же раскрывается культурный макро- и микрокосм Луганского края посредством взаимосвязи ключевых урбанистических локаций, таких как «Луганск – Донецк» и «Луганщина – Москва».

Как отмечает Н. С. Ищенко, «культурное пространство неоднородно и складывается из множества подпространств», на основе которого формируется культурная память [Ищенко 2020: 60]. Обращаясь к работам Ю. М. Лотмана, отметим, что важной задачей культурной памяти выступает обеспечение

преемственности поколений и развитие культурных традиций, что способствует идентификации человека с культурой и пониманием своего места в ней. Философ указывает, что любая «культура определяет свою парадигму» [Лотман 1992: 200]. Для Луганского края подобная парадигма отражена в текстах, описывающих стальную симфонию героического прошлого и настоящего этой территории, её сложную и героическую историю и необычный культурный колорит.



Михаил Матусовский в Луганске, 1985 г. Изображение размещено в свободном доступе на платформе сообщества в ВК «Мой Ворошиловград»: <https://vk.com/wall-41402985?offset=260>

Урбанистическая тематика в произведениях М. М. Матусовского необычайно мощная по своей силе не только как место действия, фон событий, повлиявших на становления поэта-земляка, но и как та сила, которая определяет характер людей, проживающих на этой территории в условиях бурных культурно-технологических преобразований советской страны. Сюда же можно отнести и особый, крайне напряженный ритм жизни Луганского края с его звуками, контрастами, свершениями и победами.

В стихотворениях М. М. Матусовского неизменно прослеживается привязка к символической, мистической красочности и контрастности образа Луганщины. Об этом свидетельствуют и следующие строки из его произведения «Опять я был на Родине, в Донбассе»:

«Свой путь степи огнями отмечая
И, как обвал, дымясь со всех концов,
Лежит в цветах сухого молочая
Донбасс, Донбасс – земля моих отцов...»
[Матусовский 2011].

А вот так поэт описывал восприятие родного края в стихотворении «Птицы возвращаются домой»:

«Отчий край, заветный берег детства,
Ты опять мне виден впереди,
И тебя лишь только вместе с сердцем
Можно вынуть из моей груди.
И не смогут сбить меня с дороги
Ни туман, ни ветер штормовой.
Потому, наверно, отовсюду

Птицы возвращаются домой»
[Журавлева 2008b: 25].

Поэтизацией мира первозданных эмоций мировой и локальной цивилизаций, изысканностью деталей, и широчайшими эстетическими ассоциациями наполняется душа при прочтении следующих строк:

*«Хотел бы ты видеть рожденье земли?
Взойди на один из донецких курганов,
И ты различишь в неподвижной пыли
Свеченье морей и кипенье вулканов...
Ночной небосвод раскален и багров.
Всю степь от Вергунки до Красного Яра
Наполнили вздохи подземных миров,
Шипенье и свист паровозного пара»*
[Матусовский 2011].

Магия Луганска, или увлекательное путешествие по пространству города в лирике поэта

В своем творчестве М. М. Матусовский неизменно стремился выразить все многообразие чувств и природы Луганского края и самого города Луганска, который оставил неизгладимый отпечаток на всем его творческом пути. Он постоянно указывал, что наш край имеет не только великую историю, но и неразрывно связан с далекими преданиями, мифами и легендами:

*«Там, где спят языческие боги,
Опершиесь пятю на курган, –
Врезался в песчаный край дороги
Серо-бурый камень колчедан»*
[Матусовский 1982: 124].

Именно подобные моменты в значительной мере «окультуривают» образ Луганского края. Яркие бытовые детали, переносящие читателя во все времена и пространства бытования этой древней земли, создают особую, неповторимую символическую реальность происходящего, ложащегося в основание таких стихотворений поэта:

«Давно укрыли зверобой и мята
Становищ тех остывшую золу.
Здесь воин князя Игоря когда-то
В траву случайно выронил стрелу.
Вся в ссадинах земля звенит сухая.
Чадит костер на земляном валу.
И ветер, с тех времен не утихая,
Качает оперенную стрелу»
[Журавлева 2008б: 10].



Луганская степь, лето 2023 г.
Фото из личного архива.

Тема города Луганска в поэзии Михаила Матусовского непременно эволюционирует и проходит путь от типичных реалий промышленного уездного города, сурово воспроизводящих его историю и культуру к городу-символу революционных преобразований, городу, не смотря ни на что восставшему из пепла мировых войн [Журавлева 2010].

У поэта вырабатывается особый тип урбанистического текста, который, с одной стороны, является субъективным и трогательно личным, а с другой – восходит к историческому образу, реализуемому в мотиве развивающегося индустриального края. Знак «величия» и знак «славы» – неизменные спутники судьбы города Луганска. Они передаются через такие яркие выражения: «пахнет углем, полынью, дымком, значит, пахнет Донбассом и детством»; «добрая родина непокоренных сильных людей и невяняющих трав»; «бессонные горящие «шахтерки» отсвечивали в горном хрустале» [Журавлева 2008а].

Горячее дыхание шахтерской земли или изумрудный рай: грани идеализации Луганского края в произведениях М. М. Матусовского

Показательно, что в произведениях М. М. Матусовского присутствует огромное количество отсылок, намеков и скрытых смыслов, происходящих из малоизвестной истории становления Луганского края. Благодаря этому приему стихи поэта становятся еще более многогранными, отражающими не только общую эмоциональную атмосферу городской среды, но и особенности мышления ее жителей. В результате образ родного города

органично вбирает в себя историю и культуру края, а также целиком закономерно наделяется символикой жизни, миропорядка и неугасаемой энергии.

В разные периоды творчества М. М. Матусовского можно обнаружить те или иные доминирующие мотивы и ракурсы урбанистической тематики. Первоначально это преимущественно лирические мотивы. Затем они уступают место социально значимым и производственным: рабочие, заводы, фабрики, шахты и терриконы. Уместно вспомнить его выражения: «и царственно дымились терриконы» «окраины застроились, завода не узнать», «здесь в пять часов уже никто не спит, горят в степи огни земных созвездий» и др.

Особой линией в творчестве поэта проходит тема гражданской и Великой Отечественной войн [Филь 2011].

Суровые военные мотивы передаются поэтом в следующих строках:

«Мы вступаем в Луганск на рассвете,
Городские мосты дребезжат.
На прямом и холодном лафете,
Как солдаты, шахтеры лежат»;
«Вспомнил он поезд, столбы, виадуки, смутные воды Донца.
Тяжко повисли шахтерские руки, мертвые руки бойца»;
«И несут поезда товарные тёплый запах людского жилья.
Это Действующая армия, уходящая юность моя»
[Матусовский 2011].

В то же время есть нечто демоническое в образе города, что отражается в строках стихотворения «Опять я был на родине, в Донбассе»:

«Опять его привычки и законы,
Как в детстве, были властны надо мной,
И царственno дымились терриконы,
И в доме пахло горечью степной»
[Журавлева 2008b: 20].

Родной город и Луганский край на протяжении всей жизни оставались для М. М. Матусовского главным вдохновителем, неиссякаемым источником тем, пейзажей и новых образов. Поэт посвятил им не одно стихотворение, показав, что Луганск всегда занимал одно из главных мест в его жизни. Мир родного края – удивительное место, концепт дома, сочетающее в себе реальность и мираж, шахты и заводы, тружеников и строителей, переулки и улицы [Кулабухова и др. 2018: 106]. Они являются обрывками некого таинственного мира, которому неподвластно время. Все предметы городского быта реально оживают в строках М. М. Матусовского и становятся проводниками в культурное измерение региона.

Итак, в стихотворениях М. М. Матусовского тема Луганского края раскрывается в разных ракурсах: героическая земля, край с богатой культурой и историей, с живописными ландшафтами и тяжелым физическим трудом его жителей. Поэт воспевает шахтерский труд, который является основой экономики региона, а в стихотворениях, посвященных теме Великой Отечественной войны, он ярко описывает страдания и героизм жителей Луганщины, которые боролись за освобождение своей земли.

Бескрайние степи, река и леса становятся главными символами региона и источником вдохновения для создания кино, в котором были запечатлены уникальные улочки, площади и

архитектура Луганска, стальное сердце и героическое прошлое Луганского края.

Увлекательное путешествие по Луганщине: по страницам истории советского кино

Луганщина по праву стала неотъемлемой частью и традицией советского кинематографа, играя важную роль в повествовании и создании атмосферы напряженного труда, ратного и производственного героизма. Уникальный культурный код региона, раскрытый в кино, становится особым достоянием народа, повествующий о его истории, наследии, традициях, образе жизни, культуре быта и питания, отношения к базовым ценностям личности.

Кино как «социокультурный продукт общества» [Лубашова 2008: 26] выступает мощным инструментом, воздействующим на аудиторию. Кинематографическая эстетика становится прочным фундаментом для восприятия прошлого культурного наследия и формирования социальной памяти народа.

Интерес к кинематографу сегодня на волне визуального поворота обусловлен «возникновением мощных информационно-социально-культурных инфраструктур; появлением крупных движений авангарда <...>; стремительной трансформацией общества за счет новейших технологий; использованием <...> основ образного кинематографического языка; широким применением художественно-эстетических кинематографических достижений прошлого» [Лубашова 2008: 26].

Кинематограф сохраняет и транслирует культурный код посредством использования художественно-эстетических, вербальных и невербальных приемов, образа города и его героев. Таковыми на территории Луганского края традиционно становились обычные рабочие: шахтёры, горняки, металлурги, инженеры.

Исследуя мужские образы российско-советского киноискусства в период с 1940 – начала 1990 гг., Г. П. Сидорова выявила 115 мужских типа героя. Критериями для классификации послужили три основные функции героя: «мироустройство <...> защита мира и дарование благ [Сидорова 2021: 119].

При создании мужского образа в советском кино использовались следующие архетипы: любовь, поиск, забота, героизм, бунт, власть, творчество, простота, верность и т. п. [Сидорова 2021: 122–123].

Обращаясь к раскрытию образа главного героя в кинолентах советской эпохи, снятых на территории Луганщины, заметен перенос основных черт его характера на сам регион. Выделенные функции и архетипы мужского образа в той или иной мере раскрываются и в избранных в качестве объекта для анализа фильмах.

Для социокультурного и образно-символического анализа кинокартин была сформирована следующая структура:

- исторический и культурный контекст фильма;
- социально-политический контекст;

- физические (архитектура, ландшафт), социальные (социальные группы, экономика) и культурные характеристики (традиции);
- главные символы эпохи;
- влияние образа города на сюжет, персонажей и атмосферу.

Отражение духа Луганщины в киноленте «Молодая гвардия» (1948 г.)

Кинолента «Молодая гвардия» (1948 г.) была непосредственно снята в городе Краснодоне, где во время Великой Отечественной войны, в период оккупации города немецко-фашистскими войсками, была создана и активно действовала подпольная молодежная организация, а в дальнейшем происходили трагические события, связанные с арестом и последующей массовой казнью молодогвардейцев [10 интересных фактов о фильме «Молодая гвардия» 2020].

Социально-политический аспект фильма включает повествование о героической борьбе молодежной подпольной организации «Молодая гвардия» против захватчиков.

В указанном фильме образ Краснодона до и после начала войны представлен разительно и контрастно: от маленького уютного городка с шахтами, домами и улицами до земли, варварски разрушенной войной, руинами и пепелищем. Образ изувеченного войной Краснодона символизирует неисчислимые страдания и жертвы, которые захватчики причинили населению и самому городу во время войны.



По следам съемок фильма «Молодая Гвардия» в городе Краснодоне, 1948 г.

Изображение размещено в свободном доступе на сайте «Молодая Гвардия. Героям Краснодона посвящается...»: <https://www.molodguard.ru/photos208.htm>

Фильм зримо отражает патриотизм и стойкость жителей небольшого городка, которые преимущественно работают на шахтах. Главные герои, молодогвардейцы, олицетворяют собой мощнейший дух стойкости, сопротивления, героизма. Мужские образы главных действующих лиц киноленты выстроены на основе архетипов заботы (защита слабых и помочь страдающим от оккупации краснодонцам), героизма (участие в подпольной организации, требующее мужества, риска ради благородного дела) и простоты (юношеский максимализм в стремлении поступать

правильно). Женские образы наполнены нежностью, любовью. Одновременно, раскрывается и тема вынужденного раннего взросления, принятия всей полноты ответственности за свою жизнь и за будущее родной земли, самопожертвования ради будущих поколений.

Последующее восстановление города в финале ленты наглядно отражает тему надежды и возрождения. Показательно, что именно город Краснодон как «малая родина» активно формирует характер и судьбу членов «Молодой гвардии» и сам становится неотъемлемой частью повествования, полноценным символом жертвенности и героизма.



Дом Олега Кошевого, г. Краснодон,
2021 г. Фото из личного архива.



Памятная доска героям-молодогвардейцам,
г. Краснодон, 2021 г. Фото из личного архива.

Путь в будущее: как советский кинообраз визуализировал город Луганск в индустриальную эпоху

Картина «Свет в окне» (1960 г.) диаметрально противоположна предыдущей по тональности и образности. В ней запечатлены улицы и архитектура города Луганска периода послевоенного восстановления и активной индустриализации.

Социально-политический контекст фильма погружает зрителя в тему строительства коммунизма. Индустриальный город с заводами, фабриками и шахтами, населенный преимущественно рабочими и инженерами, наглядно отражает трудолюбие и оптимизм его жителей. Солнечная и яркая картина сразу становится символом возрождения и прогресса, а сам Луганск наглядно олицетворяет собой коллективный дух созидания и безграничную веру в светлое будущее.

Образ города Луганска визуализируется в виде комфортной и уютной среды для работы, учебы, надежд и устремлений молодого поколения, а индустриальные пейзажи только лишь качественно усиливают напряженный и деятельный характер Луганска как возвышенного индустриального пространства коллективного, созидательного труда и творческих достижений советских людей. Фильм «Свет в окне» позволяет современникам и потомкам глубже понять послевоенную советскую эпоху и значение труда и индустриализации в восстановлении жизнедеятельности страны.

Мужские образы в киноленте выстраиваются на основе архетипов любви (стремление создать семью, романтическая

влюблённость), творчества (мечта достичь оптимизации процесса производства и перевыполнить план), простоты и верности (коллективный труд как самоценность).



Центральной сюжетной линией в фильме «Свет в окне» становится эксперимент по улучшению показателей производительности тепловозостроительного завода ОР – одного из градообразующих предприятий города. Изображение размещено в свободном доступе на сайте «Телегид. Инфо»:
https://www.teleguide.info/film64_440.html



Интересный факт о фильме – запечатленное здание ЗАГСа в первых кадрах никогда им не являлось. Это культурное сооружение в стиле сталинского ампира – Дом техники, построенный для демонстрации научных достижений края в угольной промышленности.

Сегодня в этом здании располагается учебный корпус ЛГАКИ им. М. Матусовского.

Фото из личного архива автора.

Несмотря на то, что эта кинокартина неоднократно критиковалась за игру актёров и сюжет, – ее шарм заключается в том, что в ней запечатлен Луганск в начале капитального строительства домов и дорог в городе в 60-х гг. XX века. Повествование о городе молодежи, роз и фонтанов, аллей и парков, надежды на светлое будущее, – создает особую чувственную атмосферу.

Городская драма: экранnyе истории жизни, труда и любви в фильме «Антрацит» (1971 г.)

Кинокартина «Антрацит» (1971 г.) Александра Сурина включает в себя образ нескольких шахтерских городов: Перевальска, Алчевска (Коммунарска), Брянки и Стаханова (Кадиевки).

Социально-политический контекст фильма сосредотачивает зрителя на теме стереотипов и предрассудков общества, типичных нравственных и социальных клише в отношении бывших заключенных. Во многом именно этим указанная социальная мелодрама и отличается от вышеописанных кинолент.

Отметим, что специфическая диалектика проявляется уже в соотношении названия и образно-символического содержания этого фильма. Антрацит является одним из лучших сортов угля, обладающим немалыми преимуществами: цветом, блеском и исключительной теплотворной способностью. Этот же символ переносится на личность и черты главного героя, которые

раскрываются в процессе повествования о буднях рабочих, их чувствах, эмоциях, переживаниях.

Сами съемки кинокартины проходили в Алчевске (Коммунарске), Перевальске и Брянке – ведущих центрах угольной агломерации края. Согласно сюжету фильма, главный герой Николай Миронов возвращается домой, на Донбасс, из заключения. В результате аварии на шахте он был обвинен в гибели отца его товарища Геннадия Глуховского [Снимается «Антрацит», без даты]. Николай сталкивается с непониманием и недоверием среди бригады шахтеров в связи с попыткой вновь устроится на работу и начать заново жизнь.



На кадре запечатлен один из главных героев кинокартины «Антрацит» (1971 г.) Юрий Купцов. Его сыграл актёр Александр Збруев. Мужские образы киноленты основаны на архетипах поиск, героизм, верность.

Изображение размещено в свободном доступе на сайте «Яндекс.Дзен»:
<https://dzen.ru/a/ZPyo8bJaY28BQ8hr>

Данная сюжетная линия раскрывается на фоне родных мест героя и символов Донбасса: подсолнухи, широкая степь, терриконы, маленькие улицы небольших городов. Линия семьи начинается со встречи Николая с женой Клавой. Ее образ символизирует ценности любви, привязанности, нежности. На протяжении фильма эта линия пересекается с другой – тяжелого шахтерского труда, которая передает ценность профессии, социального окружения и взаимоподдержки. Например, в фильме сложная линия диалога шахтёров и начальства шахты относительно методов работы, выполнения плана и целесообразности «показухи» ради здоровья и благополучия работников переплетается со спокойной и уютной атмосферой дома.

В фильме «Антрацит» показан не только образ Луганского края, которому присущ динамизм, экспрессия, стальная симфония Донбасса в ритме 24/7, но и традиционные формы досуга его жителей: спорт, музыка и др.

Драматизм фильма передается через моральный надлом Николая и его решение покинуть родные места. Для данной сцены выбирается символическое место – перекресток улиц Ленинградской и Горького и кафе «Золотой ключик» [Снимается «Антрацит», без даты]. Оно отсылает к образу «открытой – закрытой» двери перед главным героем, выбор которой зависит только от него.

В конце фильма снова повторяется кадр, с которого все и начиналось – выход шахтёров на поверхность и контраст между

тяжелым трудом под землей и голубым небом, широким пространством степей и терриконов.

Призраки прошлого и засекреченные уголки памяти в фильме «Зеркало для героя» (1987 г.)

Фильм «Зеркало для героя» (1987 г.) Владимира Хотиненко, пожалуй, самый сложный по переплетению тематических линий и проблем. Это экранизация одноименной повести С. Ю. Рыбаса, в которой использовался необычный прием перемещения во времени.



В кадре изображен главный герой фильма «Зеркало для героя» Сергей Колтаков. Архетип строится на образе бунта (пренебрежение общепринятым нормам) и поиске (желание обрести свободу при освоении мира). Изображение размещено в свободном доступе на «Яндекс.Картинки»: <https://dzen.ru/a/YJQN7aONIV1Otrpg>

Образ города в этой киноленте органично переносится на судьбу и характер героев. В фильме ярко выражен и актуальный социально-политический контекст – трансформация общества

времен перестройки с актуализацией проблемы норм и ценностей, конфликтом поколений и кризисом власти.

Символизирует трансформацию ценностей в обществе образ героя Сергея Колтакова, приехавшего домой, чтобы навестить родителей. По сюжету фильма он является лингвистом-психологом, недавно защитившим диссертацию, которую рьяно критикует его отец, представитель явно консервативных ценностей. Бунтарский характер Сергея наглядно передается через его действия и рассуждения. Он – ярый противник всего старого, непонятного для молодого поколения, а потому хочет быть ярким, харизматичным, независимым в противоположность тем истинам, которым всю жизнь пытался научить его отец.

Он демонстрирует непокорность, акцентируя внимание на ложной морали предыдущих поколений, которая фактически и привела к нравственному кризису советского общества. Всем своим поведением в начале фильма герой демонстрирует непокорность. Однако в конце фильма, попав в прошлое, Сергей осознает, что был не прав. Он знакомится со своим молодым отцом Кириллом Пшеничным, роль которого сыграл Борис Галкин, раскрывая для себя ранее неизвестные грани личности отца. Осознание наклеивания ярлыка конформизма на все его поколение фактически становится кульминацией кинокартины и демонстрирует необычайную сложность разнообразных граней жизни и общества [Корнацкий 2022].

Ключевой момент фильма – попадание героя в воронку времени, которое происходит на фоне возвращения Сергея с

концерта группы «Наутилус Помпилиус», где герой знакомится с противоположным по взглядам и характеру Андреем, бывшим инженером и зэком, роль которого сыграл актер Иван Бортник. Их судьбы переплетаются, так как Сергей не мог понять отца, который всю жизнь посвятил своей работе, а Андрей хотел сделать так, чтобы в будущем не сидеть в тюрьме по обвинению в обвале на шахте. Каждый из героев пытается осознать что-то ценное для себя. Применение необычного художественного кинематографического приема «петли времени» особенно символично, так как отчасти, показывает желание авторов картины и их героев переместиться в другую реальность и хоть как-то попытаться исправить прошлое.

Если в проанализированных нами выше кинолентах «Молодая Гвардия», «Свет в окне» и «Антрацит» демонстрируется героическое достояние Луганского края, создается образ городов тружеников, то в картине «Зеркало для героя» главная тема – это столкновение между личной и общественной моралью, выбор между лояльностью к коммунистической партии и житейской правдой родного отца, индивидуальной совестью и политической целесообразностью.

В «Зеркале для героя» применяется целый ряд художественных приемов, зримо подчеркивающих идею и символизм этой кинокартины. Именно зеркало становится центральным символом фильма, представляющим столкновение между прошлым и будущим, правдой и ложью. «Петля времени» символизирует правду о периоде репрессий и прошлом советской

страны. В экranизации намеренно применяется серое цветовое решение для раскрытия мрачной и угнетающей атмосферы, а специфическая музыка значительно подчеркивает драматизм сюжета.

В фильме активно использовались типичные местные пейзажи, терриконы, а его социокультурный аспект непосредственно связан с диалектикой символов послевоенного Донбасса и в период перестройки. По этой причине весь фильм воспринимается через противоположности, а главные и второстепенные персонажи олицетворяют одновременно веру и неверие, оптимизм и пессимизм. Индустриальный пейзаж края значительно влияет на судьбы персонажей и показывает спектр разительных противоречий на фоне ключевых тем кризиса гуманизма и безнравственности, Донбасса, разрушенного в период Великой Отечественной войны, и его же, но восстановленного в сложный и противоречивый период перестройки и гласности.

Архитектурные гении: как в произведениях М. М. Матусовского и советском кинематографе отражен портрет Луганского края

Городские мотивы и урбанистические пейзажи Луганского края на советском киноэкране и в лирике М. М. Матусовского гармонично дополняют друг друга, тонко выстраивая архитектуру эмоций и рисуя город как самостоятельный и важный персонаж, органично встроенный в многогранную мозаику региона.

Выбор подобного эмпирического материала далеко не случаен и непосредственно раскрывает уникальный культурный код Луганского края. В стихотворениях М. М. Матусовского он

передается посредством семантики, синтаксики и прагматики текста, слова. В советском кино – раскрывается через визуальную композицию. Диалог двух видов искусств формирует целостный и всесторонний образ Луганского края как уникального места силы, драйва, индустриальной мощи, сильного характера, солидарности, трудолюбия и любви к Отчизне.

Ключевыми элементами культурного кода Луганщины выступает толерантность и открытость, независимость и самодостаточность, мужество, честь и верность. Совокупно он включает следующие характеристики культурной памяти: избирательность, иерархичность и динамичность.

Избирательность культурной памяти предполагает сохранение культурного опыта нашего региона, что исключительно ценно для его культуры в конкретный период времени, отражаясь в том или ином культурном продукте эпохи.

Иерархичность проявляется в системе организации культурных артефактов, символизирующих Луганский край и Луганск в лирике М. М. Матусовского и советском кино.

Динамичность проявляется в тонком и последовательном построении линии трансформации и обновления Луганщины и всего советского общества под воздействием целого ряда социально-политических, экономических и культурных факторов, что позволяет совокупно запечатлеть культурное наследие региона.

Мужской образ главных героев в кино, отождествляемый с образом города, основан на разных архетипах. Так, образы Олега



Кошевого и Сергея Тюленина в фильме «Молодая гвардия» построены на архетеипе героизма.

Главный герой «Свет в окне» (1960 г.) Андрей Костров, сыгранный Виктором Егоровым, представляют архетипы верности и любви.

Образ Николая Миронова, одного из главных героев фильма «Антрацит» (1971 г.), основан на архетеипе поиска.

Мужской образ главного героя фильма «Зеркало для героя» (1987 г.) Сергея Колтакова выстроен на архетипах бунта и поиска.

Кинокартины, снятые в разные годы, передают исторических контекст формирования культурных ценностей Луганского края. Его образ последовательно представляет тему модернизации и прогресса страны в послевоенный период в кинофильмах «Свет в окне» и «Антрацит»; тему героизма и патриотизма в фильме «Молодая гвардия»; тему противоречия личной и общественной морали в кинокартине «Зеркало для героя». Одновременно с этим зритель всякий раз погружается в определенную атмосферу: от мрачной и трагической, до живой и энергичной.

Кроме того, Луганский край может выступать как персонаж сам по себе, активно и непосредственно влияющий на действия и эмоции героев от вдохновения до подавления. При этом органично раскрывается и внутренний мир персонажей, визуализируются их надежды, страхи и стремления. Для этого в фильмах используются различные техники съемки (угловые, длинные кадры, крупный план), а в поэзии – специфические художественные приемы.

Анализируя специфику раскрытия образа города на киноэкране и в поэзии М. М. Матусовского, стоит отметить четкое отражение общественного запроса в конкретный исторический период жизни страны и Луганского края, от места человека в обществе, от особенностей символов эпохи, ее традиций и стандартов. В фильмах непрерывно реализуется принцип единства оригинальных приемов художественного воплощения культурной модели родной земли посредством демонстрации специфических образов, мотивов. Они представляют собой органичное единство онтологических, хронотопических, мифологических и гносеологических координат.

Показательно, что указанная региональная индивидуализация образа Луганского края органично встроена в общий контекст советской многонациональной культуры. Родословная образования множества региональных культур-миров на территории Донбасса уходит в первобытное мифологическое лоно, проявляясь через включенность в деятельность человека.

Значительная часть символов края, играющая особое социокультурное значение, имеет принадлежность к угольной и металлургической отраслям промышленности: образ рабочего, шахтера, металлурга, литейщика, кузнеца, шоfera, механика, производственных зданий и оборудования, машин и механизмов и т. п. [Дьякова 2019: 61]. Региональная специфика оказывается встроенной в визуальное пространство курганов, карьеров, терриконов и шламовых отстойников.

В целом, образ Луганского края на экране и в поэзии является мощным инструментом повествования, который может передавать темы, создавая атмосферу и предлагая уникальные кинематографические и литературные переживания аудитории.

Литература

- 10 интересных фактов о фильме «Молодая гвардия» (2020). *Дом кино*. Режим доступа: <https://www.domkino.tv/news/15100> (дата обращения: 09.03.2024).
- Дьякова, Т. (2019). Наименование лиц по профессии как презентация языковой картины мира (на материале стихотворения Михаила Матусовского «Четыре песни о славном городе Луганске»). *Гуманитарные исследования*, 4(25), 60–63.
- Еремина, Е. В. (2011). Региональная идентичность в контексте социологического анализа. *Регионология*, 3, 216–222. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnaya-identichnost-v-kontekste-sotsiologicheskogo-analiza> (дата обращения: 27.02.2024).
- Журавлева, Т. Л. (2008а). Луганск в творчестве М. Матусовского. *Творчість М. Матусовського в контексті Луганщини. Діалог поколінь. Збірник матеріалів* (стр. 28–33). Луганск: Луганск-Арт.
- Журавлева, Т. Л. (2010). *Вернулся я на родину: Михаил Матусовский и Луганск*. Луганск: Издательство «Шико».
- Журавлева, Т. Л. (состав.) (2008b). *Здесь начало моей родословной: Михаил Матусовский и Луганск*. Луганск: Луганск-Арт.
- Инишев, И. (2012). «Иконический поворот» в теориях культуры и общества. *Логос*, 1(85), 184–211.
- Ищенко, Н. С. (2020). Хронотоп культурной памяти Донбасса на примере книги Андрея Чернова «Донбасский код». *Культурный ландшафт регионов*, 2(3–4), 58–68.
- Корнацкий, Н. (2022). «Зеркало для героя»: отягощение историей. *Искусство кино*. Режим доступа: <https://kinoart.ru/reviews/zerkalo-dlya-geroya-otyagoschenie-istoriey> (дата обращения: 10.03.2024).
- Кулабухова, М. А., Кулабухова, В. А., & Кулабухов, Д. А. (2018). Концептосфера славянского мира в творчестве М. Л. Матусовского: «А выше счастья родины нет в мире ничего!». *Балтийский гуманитарный журнал*, 7(3 (24)), 105–108.
- Лотман, Ю. М. (1992). Память в культурологическом освещении. *Избранные статьи. Т.1* (стр. 200–202). Таллин: Александра.

- Лубашова, Н. И. (2008). Кинематография как художественно-образный феномен культуры. *Культурная жизнь Юга России*, 2(27), 26.
- Матусовский, М. (1982). *Избранные произведения: в 2 т. Т. 1: Стихотворения, поэмы, песни*. Москва: Художественная литература.
- Матусовский, М. (2011). *Земля моих отцов – Донбасс. Стихи и песни о Луганщине и Донбассе*. Москва: Пресс. Режим доступа: <https://lylg.ru/chitateljam/kraevedenie/poeziya/1885-matusovskij-mikhail> (дата обращения: 10.03.2024).
- Сидорова, Г. П. (2021). Мужские образы советского кино как культурные герои и «настоящие мужчины» (ретроспективный женский взгляд). *Вестник культурологии*, 113–130.
- Снимается «Антрацит». Из личного архива Ф. Голофаева (2024). Центральная библиотека города Алчевска. Режим доступа: <https://acb.alchevsk.su/collection/снимается-антрацит/> (дата обращения: 10.03.2024).
- Филь, Е. Б. (2011). Патриотическая тема в творчестве М. Л. Матусовского. *Материалы IV Международных чтений памяти Михаила Матусовского*. (стр. 97–100). Луганск: Изд-во ЛГИКИ.
- Чернов, А. А. (2019). *Донбасский код: статьи и очерки*. Луганск: Пресс-Экспресс.

Информация об авторах

Серостанова Оксана Борисовна – кандидат философских наук, доцент кафедры журналистики и издательского дела, Луганский государственный педагогический университет (Россия, 291011, г. Луганск, ул. Оборонная, 2), ORCID: 0009-0004-1187-1730, oxanaserostanova@gmail.com

REGION IN THE WORKS OF MATUSOVSKY AND SOVIET CINEMA

Oxana Serostanova

Abstract. The object of the study is the image of the Luhansk region as a mirror of the epoch, which reflects social and cultural changes. The subject of the analysis was the lyrics of the Soviet songwriter M. M. Matusovsky and the cult Soviet cinema, which vividly presents the urban landscapes of the region, its architecture, the daily life of residents and the leading contradictions of the time. Semiotic, sociocultural approaches, comparative historical and content analysis are chosen as research methods. It is established that when creating the image of the Luhansk region in the Soviet films "Young Guard", "Light in the Window", symbols of rebirth, hard work, faith in the future, the exploits of heroes and workers were used. In the later films "Anthracite" and "Mirror for the Hero", there is a rethinking of the Soviet past and a fixation of the crisis of public morality. The philosophy of the artistic image, constructed on the archetypes of search, love, loyalty, rebellion, is revealed

through mythopoeic symbols, mythologems of the "technical edge" and "industrial edge", as well as the character of the main characters. The study showed that cinema, as an artistic, aesthetic and socio-cultural product of creativity, fully reveals the visual portrait of the Luhansk region, creates an emotional intensity and reproduces the rapid dynamics of time, emphasized by the changing urban landscapes of the post-war reconstruction of the country.

Keywords: screen culture, symbol, urban environment, image, mythologeme, cultural context, artistic technique, urban landscape, individualization of the image, cultural model.

References

- 10 interesnykh faktov o fil'me «Molodaia gvardiia» [10 interesting facts about the film "The Young Guard"] (2020). *Dom kino* [The cinema house]. Available at: <https://www.domkino.tv/news/15100> (accessed: 09.03.2024). (In Russ.).
- Chernov, A. A. (2019). *Donbasskii kod: stat'i i ocherki* [The Donbass code: articles and essays]. Lugansk: Press-Ekspress. (In Russ.).
- D'jakova, T. (2019). Naimenovanie lits po professii kak reprezentatsiia iazykovoi kartiny mira (na materiale stikhovreniia Mikhaila Matusovskogo «Chetyre pesni o slavnom gorode Luganske») [The name of persons by profession as a representation of the linguistic picture of the world (based on the material of Mikhail Matusovsky's poem "Four Songs about the glorious city of Lugansk")]. *Gumanitarnye issledovaniia* [Humanitarian Studies], 4(25), 60-63. (In Russ.).
- Eremina, E. V. (2011). Regional'naia identichnost' v kontekste sotsiologicheskogo analiza [Regional identity in the context of sociological analysis]. *Regionologiya* [Regionologiya], 3, 216-222. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionnaya-identichnost-v-kontekste-sotsiologicheskogo-analiza> (accessed: 27.02.2024). (In Russ.).
- Fil', E. B. (2011). Patrioticheskaia tema v tvorchestve M. L. Matusovskogo [The patriotic theme in the work of M. L. Matusovsky]. *Materialy IV Mezhdunarodnykh chtenii pamiati Mikhaila Matusovskogo* [Materials of the IV International Readings in memory of Mikhail Matusovsky] (pp. 97-100). Lugansk: Publishing House of the Lugansk State Academy of Culture and Arts named after M. Matusovsky. (In Russ.).
- Inishev, I. (2012). «Ikonicheskii poverot» v teoriakh kul'tury i obshchestva [An "iconic turn" in the theories of culture and society]. *Logos*, 1(85), 184-211. (In Russ.).
- Ishchenko, N. S. (2020). Khranotop kul'turnoi pamiatii Donbassa na primere knigi Andreia Chernova «Donbasskii kod» [Chronotope of cultural memory of Donbass on the example of Andrei Chernov's book "The Donbass Code"]. *Kul'turnyi landshaft regionov* [The cultural landscape of the regions], 2(3-4), 58-68. (In Russ.).

- Kornatskii, N. (2022). «Zerkalo dlia geroia»: otiagoshchenie istoriei ["A mirror for a hero": burdening with history]. *Iskusstvo kino* [The art of cinema]. Available at: <https://kinoart.ru/reviews/zerkalo-dlya-geroya-otyagoschenie-istoriey> (accessed: 10.03.2024). (In Russ.).
- Kulabukhova, M. A., Kulabukhova, V. A., & Kulabukhov, D. A. (2018). Kontseptosfera slavianskogo mira v tvorchestve M. L. Matusovskogo: «A vyshe schast'ia rodiny net v mire nichego!» [The conceptual sphere of the Slavic world in the work of M.L. Matusovsky: "And there is nothing higher than the happiness of the motherland in the world!"]. *Baltiiskii gumanitarnyi zhurnal* [The Baltic Humanitarian Journal], 7(3 (24)), 105-108. (In Russ.).
- Lotman, Iu. M. (1992). *Pamiat' v kul'turologicheskem osveshchenii. Izbrannye stat'i. 7.1.* [Memory in cultural coverage. Selected articles. Vol. 1] (pp. 200-202). Tallin: Aleksandra Publ. (In Russ.).
- Lubashova, N. I. (2008). Kinematografiia kak khudozhestvenno-obraznyi fenomen kul'tury [Cinematography as an artistic and figurative cultural phenomenon]. *Kul'turnaia zhizn' iuga Rossii* [Cultural life of the South of Russia], 2(27), 26. (In Russ.).
- Matusovskii, M. (1982). *Izbrannye proizvedeniia: v 2 t. T. 1: Stikhotvoreniiia, poemy, pesni* [Selected works: in 2 vols. vol. 1: Poems, poems, songs]. Moscow: Fiction Publ. (In Russ.).
- Matusovskii, M. (2011). *Zemlia moikh ottsov – Donbass. Stikhi i pesni o Luganshchine i Donbasse* [The land of my fathers is Donbass. Poems and songs about Luhansk region and Donbas]. Moscow: Press. Available at: <https://lylg.ru/chitateljam/kraevedenie/poeziya/1885-matusovskij-mikhail> (accessed: 10.03.2024). (In Russ.).
- Sidorova, G. P. (2021). Muzhskie obrazy sovetskogo kino kak kul'turnye geroi i «nastoiaishchie muzhchiny» (retrospektivnyi zhenskii vzgliad) [Male images of Soviet cinema as cultural heroes and "real men" (a retrospective female view)]. *Vestnik kul'turologii* [Bulletin of Cultural Studies], 113-130. (In Russ.).
- Snimaetsia «Antratsit». Iz lichnogo arkhiva F. Golofaeva ["Anthracite" is being filmed. From the personal archive of F. Golofaev] (2024). *Tsentral'naya biblioteka goroda Alchevska* [The Central Library of the city of Alchevsk]. Available at: <https://acb.alchevsk.su/collection/snimaetsia-antratsit/> (accessed: 10.03.2024). (In Russ.).
- Zhuravleva, T. L. (2008a). Lugansk v tvorchestve M. Matusovskogo [Luhansk in the work of M. Matusovsky]. *Tvorchist' M. Matusovskogo v konteksti Luganshchini. Dialog pokolin': Zbirnik materialiv* [Creativity of M. Matusovsky in the context of Luhansk region. Generational dialogue. Collection of materials] (pp. 28-33). Lugansk: Lugansk-Art Publ. (In Russ.).
- Zhuravleva, T. L. (2010). *Vernulsia ia na rodinu: Mikhail Matusovskii i Lugansk* [I returned to my homeland: Mikhail Matusovsky and Lugansk]. Lugansk: Shiko Publishing House. (In Russ.).

Zhuravleva, T. L. (ed.) (2008b). *Zdes' nachalo moei rodoslovnoi: Mikhail Matusovskii i Lugansk* [Here is the beginning of my pedigree: Mikhail Matusovsky and Lugansk]. Lugansk: Lugansk-Art Publ. (In Russ.).

Author's information

Serostanova Oxana Borisovna – Candidate of Philosophy, Associate Professor of Journalism and Publishing, Lugansk state pedagogical university (2, Oboronnaya str. Lugansk, 291011, LPR, Russia), ORCID: 0009-0004-1187-1730, oxanaserostanova@gmail.com

For citation:

Serostanova, O. B. (2024). Region in the works of Matusovsky and soviet cinema. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 302-340. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-302-340](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-302-340)

дело вкуса: впечатления коносъера

УДК 101+7.01+338.43.01.009.12 (477.75)+ 613.814

5.7.8. Философская антропология, философия культуры
[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-342-376](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-342-376)

МИФОПОЭТИКА ALMA VALLEY (ВИНО КРЫМСКОГО МОДЕРНА)



Олег Шевченко,
Крымский федеральный
университет
им. В. И. Вернадского
(Ялта, Россия).

Oleg Shevchenko,
V. I. Vernadsky Crimean
Federal University (Yalta,
Russia).

ORCID: 0000-0002-1362-2875
e-mail: skilur80@mail.ru



Анна Дорофеева,
Крымский федеральный
университет
им. В. И. Вернадского
(Ялта, Россия).

Anna Dorofeeva,
V. I. Vernadsky Crimean
Federal University (Yalta,
Russia).

ORCID: 0000-0003-0328-1605
e-mail: andora.kfu@mail.ru

Для цитирования статьи:

Шевченко, О. К., & Дорофеева, А. А. (2024). Мифопоэтика Alma Valley (вино крымского модерна). *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 342-376. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-342-376](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-342-376)

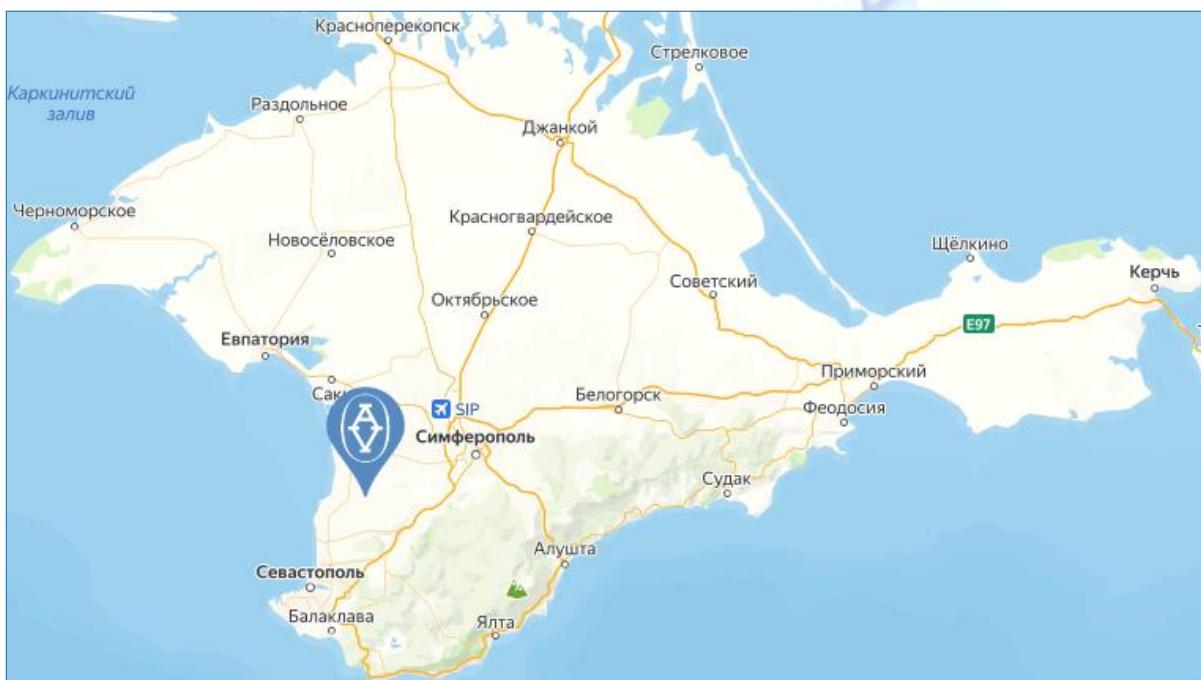
Аннотация. В статье на основе мифопоэтического подхода рассматривается несколько линеек вин производителя Alma Valley. Авторы проводят большую работу по выявлению мифопоэтических элементов терруара Альмы от Античности до девятнадцатого века, от скифских городищ до Альминского сражения. Таким образом, они считают возможным дать высокою мифопоэтическую оценку серии вина «Золото скифов». Но авторы отмечают и ряд несоответствий между данным брендированием вина и его видом. Предлагается усилить историко-мифологическую составляющую бренда, более четко проводя линии взаимосвязи между характером вина и дизайном этикетки, сортом винограда и общей идеей серии. Анализируя серию вин «Времена года» (ПИН АП), авторы подчеркивают исключительную удачность позиционирования продукта в гендерно-возрастном сегменте рынка потребителей, но делают вывод, что этот ход не может являться магистральным для философии вин Alma Valley. Особое внимание было уделено серии «Альма.Икс» и поиску наиболее соответствующей мифопоэтической линии для оригинальных вин, являющихся результатом смелых экспериментов специалистов Alma Valley.

Ключевые слова: вино, энология, эстетика вина, философия вина, мифопоэтика вина, крымские вина, Alma Valley, альминский терруар.

Alma Valley: эстетика терруара

Как ранее уже указывали авторы настоящей рубрики, под мифопоэтикой следует понимать «особый вид знания на стыке энологии, философии, эстетики, истории, мифологии и литературоведения, которое конструирует образ конкретной марки вина и конкретного производителя вина в органическом сочетании символов, коренящихся в терруаре, цвете, вкусе, букете, легендариуме (легендах, байках о местности, персоне, историческом факте), исторической конкретики (достоверных фактах связанных с вином, производством), эстетической традиции

(проза, поэзия, живопись, музыка связанных с объектом исследования)» [Шевченко & Дорофеева 2024: 150]. В настоящей статье мы обратимся к винодельческому предприятию Крыма полного цикла, которое в последние десятилетия уверенно вышло на широкий рынок, и чья продукция представляет исключительный интерес для мифopoэтической разработки. Мы имеем в виду винодельческое хозяйство Alma Valley.



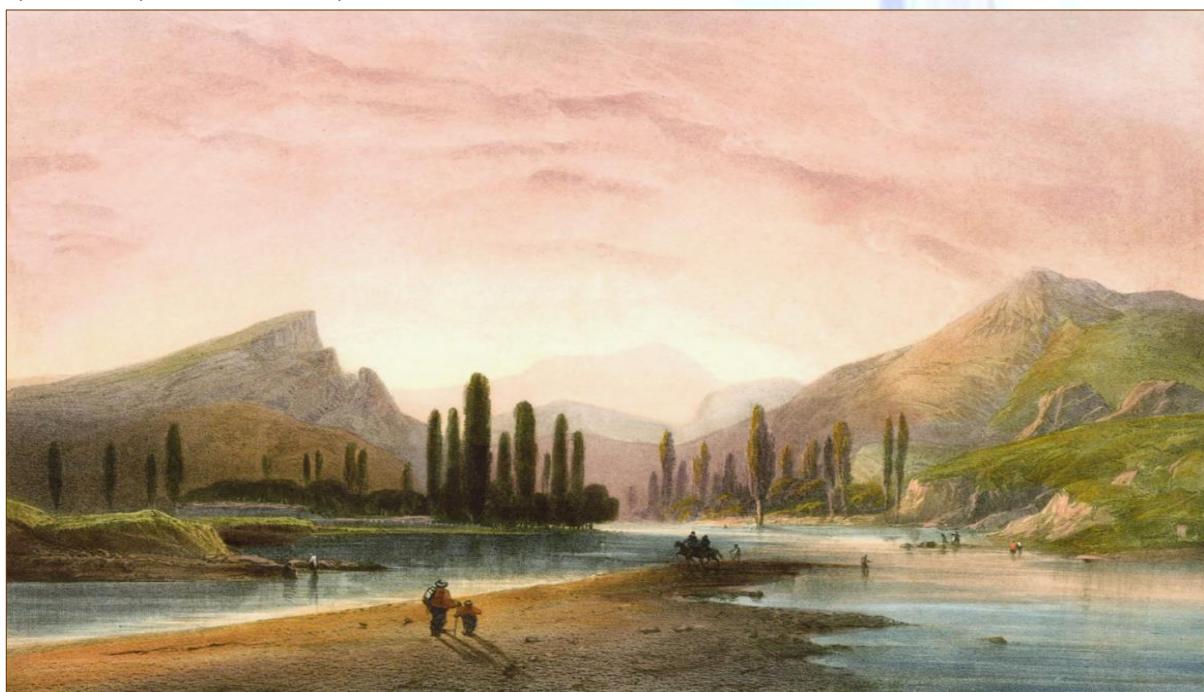
Предприятие Alma Valley расположено на берегах долины речки Альмы в регионе, который был хорошо известен еще в Античную эпоху как сельскохозяйственный центр.

Фото размещено в свободном доступе на платформе: <https://www.alma-valley.ru/contacts.html>

Географически виноградники этого предприятия, как и его производственные мощности, плотно расположены в долине речки Альмы в Западно-Предгорном Крыму. Это – холмистая равнина, от которой на востоке и на юго-востоке лежат крымские города Судак, Алушта, Ялта, но их скрывает непрерывная цепь гор; на

севере терруар открыт раздольным Крымским степям; а лежащий на юге Севастополь прикрывает от Альмы гребни невысоких гор и череда речных долин. На западе холмистая равнина становится плоской степью и спускается к песчаным пляжам Черного моря, куда собственно и впадает Альма. Устье Альмы удивительно: левый берег резкий, крутой, высокий, а правый – совершеннейшая степь.

В этих местах начинается третья гряда крымских гор, она плавно поднимается от моря и формирует нагорье с вытянутыми, неровными холмами – куэсту. А через двадцать километров куэста обрывается резкими вертикальными склонами в сторону второй гряды Крымских гор.



Карло Боссоли. Река Альма: «Вид с дороги от Симферополя к Бахчисараю. На заднем плане возвышается Чатыр-Даг, высочайшая гора полуострова» (1856 г.). Уже через несколько километров р. Альма, спускаясь к морю, потеряет свои фактурные горные берега и превратится в степную речку. Стремительная смена рельефа, пейзажа и зон для виноградарства – визитная карточка Крыма. Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<http://triphot.ru/images/articles/bossoli/1/bossoli-04.jpg>

Климат региона сопоставим со средиземноморским, но район Альмы славится своей засушливостью. Здесь выпадает около 450 миллиметров осадков в год (это минимальное количество осадков для лесостепной зоны и лишь немногим выше, чем в засушливых степных районах Крыма). Альминская долина – это регион, отлично вентилируемый разными воздушными потоками как со стороны Черного моря, так и со стороны степного Крыма. Как результат – отсутствие летнего жара, превращающего, например, Симферополь и долину речки Салгир в своеобразную сковороду. Постоянные воздушные потоки не дают застояться раскаленному воздуху между лозой, попутно регулярно обогащая ее полезными элементами, приносимыми с Черного моря и степного Крыма. Нет и типичной «болезни» многих крымских регионов – резких сезонных и суточных перепадов температур [Alma Valley 2024].



Степь и предгорья, речные долины, песчаные Черноморские пляжи создают уникальный регион для производства очень необычных вин. Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
<https://marguletsbar.ru/wp-content/uploads/2023/02/9.jpg>

Во многих отношениях эстетика терруара вобрала в себя многие крымские элементы, поэтому, вполне можно говорить о том, что это условный Крым в миниатюре: горы и море, степь и речные долины, пляжи и причудливые скальные комплексы. Alma Valley находится на примерно равном удалении от Евпатории, Симферополя, Бахчисарайя и Севастополя. Именно через Альму ведет кратчайший путь из Западного Крыма (Евпатория) в Юго-Западный Крым (Севастополь) и на Южный берег Крыма (Ялта), что, конечно же, не может не подталкивать к мыслям о некоем географическом ядре, сердце, многообразии крымского множества пейзажей, сведенных воедино в одной Крымской речной долине. Но с другой стороны – горы эти невысокие (скорее неровные и несимметричные холмы: то пологие, то с крутыми склонами), побережье моря достаточно однообразно. Поэтому мы скорее рискнем обозначить эстетику терруара с географико-мифопоэтической точки зрения как предчувствие восхищения, некий предрассветный звездный блеск, благовещающий о наступающем совершенстве ясного солнечного дня.

Альма – это конечно же не роскошь жаркого буйства ялтинских субтропиков с их зрелыми ликерными и десертными винами. Но это уже некое предчувствие Ялты. Это – предощущение встречи с главной крымской грядой, уже виднеющейся вдали и скрывающей за собой Ялту. Это морской бриз и степной жар,

оставляющий на губах вкус еще не родившегося вязкого пекла субтропического полдня Ялтинской котловины. И во многом поэтому виноделы Альмы никого не разочаруют: «вышло вино, сделанное по итальянской технологии Appassimento из винограда сорта мускат. Это древний уникальный технологический процесс, в ходе которого виноград подвяливается <...> в небольших яичничках в хорошо проветриваемых помещениях. Во время увяливания ягоды теряют 30–35 % влаги, благодаря чему возрастает концентрация сахаров, ароматических веществ и танинов <...> вина приобретают богатый вкус и особенную «сияющую» текстуру» [История компании 2024].



Мускат Аппассименто – вино из заизюмленного и подвяленного винограда.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

https://www.alma-valley.ru/img/hist_09.webp

ALMA VALLEY: щепотка исторической памяти на каждый квадратный метр виноградника

Следует особо отметить, что терруар, где расположены виноградники и производство вина, буквально перенасыщен историческими событиями. Долина речки Альма – это регион, активно осваиваемый разными цивилизациями и культурами с древнейших времен. Это – ареал поселений древних Тавров, воспетых еще античными поэтами и трагиками. Альма – это регион, где располагалось множество скифских городов, более того, один из самых крупных городов Усть-Альминское городище как раз существовало на обрывистом берегу речной альминской долины.

Терруар являлся древним винодельческим и, шире, сельскохозяйственным ареалом скифского государства. Как раз за него шли ожесточенные сражения между разными силами: Херсонесом Таврическим, империей Митридата Евпатора, Скифской державой, Римской империей. К тому же регион испытал на себе волны Великого переселения народов, в частности, готского нашествия.

Во все века этот регион был крайне привлекателен из-за своего природного богатства. Само название Альма переводится с крымско-татарского языка как «яблоко» – свидетельство многочисленных яблоневых садов, существовавших как минимум со времен средневековья и продолжающих существовать сейчас.



Остатки Усть-Альминского городища III-II вв. до н.э. - одного из самых крупных городов скифского государства. В источнике имеется названия нескольких городов Малой Скифии, к которым можно отнести раскопанный памятник: Палакий, Напит, или Хабеи. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://azur.ru/data/newfotos1/big/86/122786.jpg>

На берегу Альмы располагалась усадьба губернатора Таврической Губернии – А. М. Бороздина. В его доме бывали известнейшие люди, внесшие колоссальный вклад в историю России:

- ✓ Михаил Федорович Орлов (генерал-майор, автор текста капитуляции Парижа, декабрист);
- ✓ Сергей Григорьевич Волконский (урожденный Рюрикович, генерал-майор, декабрист);
- ✓ Александр Сергеевич Грибоедов (историк, востоковед, лингвист, дипломат, драматург);
- ✓ Василий Андреевич Жуковский (переводчик, литературный критик, педагог, поэт, создатель уникального русского перевода гомеровской Одиссеи);

✓ Александр Сергеевич Пушкин (основоположник современного русского языка, национальный русский поэт).

В девятнадцатом веке на берегах речки Альмы, непосредственно на тех участках, где сейчас разбиты виноградники и находится центральная усадьба предприятия, произошла первая битва Крымской войны, вошедшая во все учебники всемирной истории и специализированные учебные пособия по военной тактике и стратегии – Альминское сражение.

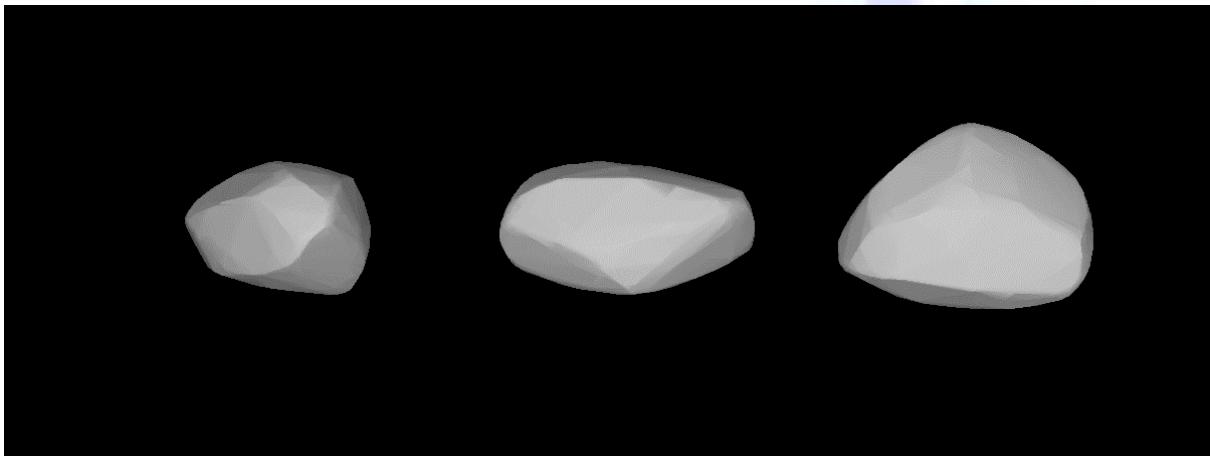


Современный мемориал в память об Альминском сражении, созданный на месте, где располагался центр русской армии. А сейчас в местах героической битвы разбиты виноградники и поля. Хотя, исследуя мемуарную литературу можно встретить заметки англо-французских офицеров сетовавших, что многочисленные ограды виноградников сильно мешали им осуществлять военные действия, а это значит, что и в девятнадцатом веке виноградарство было крупной отраслью хозяйства в этих местах. Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://culttourism.ru/data/photos/9/a/9a60cdc91bdd2fob202a9ezobdab2f.jpg>

В этой битве англо-французы имели подавляющее преимущество, а русские были столь малочисленны, что враг подумал, что это лишь передовой корпус русской армии. На самом

деле именно эти немногочисленные полки представляли собой все, что Российской империя в тот момент могла выставить для защиты Севастополя. Сражение закончилось разгромом русских войск. Правда, один из командиров английской армии «Герцог Кембриджский», командир Первой британской дивизии, после сражения заявил: «Еще одна такая победа и у Англии не будет армии» [Крым 2022]. Потери «победителей» были столь велики, что они не решились на преследование разбитых и отступающих русских батальонов. Лишь через двое суток противник начал осторожное движение к Севастополю. Сражение на Альме было столь знаковым, что привело к многочисленным культурным отражениям в самых разных сферах. Так, именно на ее берегах был воздвигнут первый в России памятник русскому рядовому; в честь победы французы построили мост через Сену в Париже, который называли «Мост Альма». А в 1894 году астероид, открытый французским астрономом, получил название (390) Альма.



Трехмерная модель астероида (390) Альма.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

[https://ru.wikipedia.org/wiki/\(390\)_Альма#/media/Файл:390Alma_\(Lightcurve_Inversion\).png](https://ru.wikipedia.org/wiki/(390)_Альма#/media/Файл:390Alma_(Lightcurve_Inversion).png)

Каждый год в память о тех событиях в долине реки Альма происходит исторический фестиваль, где реконструируются разнообразные сюжеты кровавого Альминского сражения.

Крымская война, первым большим сражением которой стала Альминская битва, изменила облик России. Уходит в прошлое старая имперская история вместе с Николаем I, начинается взлет русского революционного движения. Война изменила и литературную карту России: в нее ярко врывается «Севастопольскими рассказами» молодой поручик артиллерии Лев Николаевич Толстой, а в русской философии значительно обостряется противоборство Славянофилов и Западников...



Реконструкция Альминского сражения в самом разгаре.

Английские и турецкие войска проявляют стойкость под обстрелом русской артиллерии.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CUjiP>

Одним словом, историческое напряжение терруара – одно из самых высоких в Крыму, что не могло не сказаться как на восприятии вина, так и на формировании его бренда. Символично, что в 2008 году при строительстве винодельни «в ходе раскопок археологи обнаружили многочисленные фрагменты античной керамики, а также несколько целых амфор, предположительно, винных, древнегреческого происхождения» [История компании 2024], а в 2017-ом «в ходе геомагнитной разведки на территории нашего предприятия исследователи распознали основание <...> башни, древних ворот, остатки оборонительного вала небольшой скифской крепости» [История компании 2024]. Не удивительно, что после таких находок, учитывая скифскую насыщенность этих мест, виноделы запустили свою одну из самых узнаваемых винных серий: сортовые вина «Скифское золото». На этикетках бутылок изображены золотые скифские изделия, прямо и непосредственно отсылающие к героической истории региона.

Золотой мотив оказался крайне удачной находкой. Он позволил совместить в себе очень много смыслов в рамках единого символа.

Первая увязка, это, конечно, скифская история, которая способна будоражить воображение: свист стрел, стремительный полет коня, приволье крымской степи. Разумеется, на мужской сегмент это действует сильнее и оказывает гораздо большее влияние при принятии решения о покупке. Преобладание заинтересованности мужской целевой аудитории к лояльности именно этого подхода подтвержден и результатами маркетинговых

исследований, которые свидетельствуют, что основная масса потребителей виноградных вин – это люди среднего возраста 36–45 лет и с преобладанием респондентов мужского пола (62,8 %) [Калькова & Маркова 2019: 19].



Скифский период истории альминской долины отлит в золоте на сортовых винах Alma Valley.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CU3XH>

Вторая увязка – изумительное по благородству и аристократичности совмещение ярко красного и золотого цветов: сила, уверенность, достоинство.

И наконец, третий, немаловажный фактор. Золотая серия дает возможность винным аналитикам создавать броские имиджевые метафоры. Так уже в 2017 году вышел следующий яркий текст: «Стремительно ворвавшись на винный рынок летом 2015 года, вина предприятия не только нашли своих ценителей в Крыму и в России,

но и стали поистине «золотоносной жилой» крымского виноделия, завоевав 48 золотых, серебряных и бронзовых медалей на профессиональных винных дегустациях на родине и на престижных международных конкурсах в Гонконге и Лондоне» [Сердюк 2017].

Кроме того, вина Alma Valley – это всегда легкость, светлость (даже если они имеют темно-рубиновый цвет, но ощущение именно лёгкости после первого же глотка позволяет сходу забыть «тяжесть» цвета), воздушность, округлость, что отлично сочетается с тематикой скифского золота.



Хорошо скифское золото укладывается и для фотосессий в багряных или золотистых осенних крымских виноградниках, оно также сочетается с соломенного цвета белыми винами или насыщенными красными. Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

<https://clck.ru/3CU3nE>

Однако, как нам представляется, даже этот великолепный ход все же получился не без шероховатостей. Так, зададимся

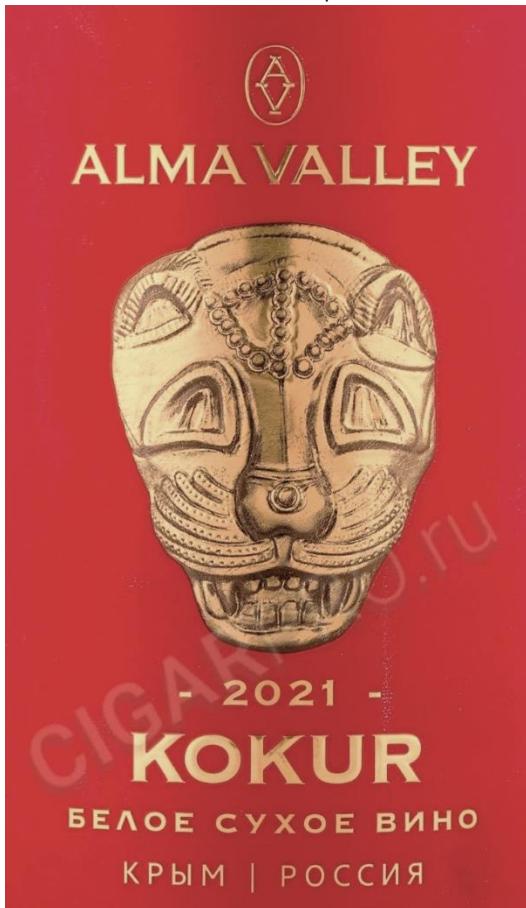
вопросом, а имеет ли отношение картинка, изображенная на бутылке, ко вкусу или истории вина? Как утверждают эксперты – да, имеет: «фигурки подобраны в соответствии с характером вина, по замыслу создателей» [Труфакина 2023]. Попробуем проанализировать эту ситуацию.

Крымский автохтон, сорт винограда, который найден в Крыму и нигде больше не растет – это Кокур. Хотя «есть такое устойчивое мнение, что древние греки во времена колонизации Крыма завезли его с острова Корфу <...> есть сведения о появлении сорта в долине Дона и на Балканах» [Труфакина 2021].

Какое отношение к нему вообще имеет изображение скифского льва? Это ведь не золото из крымских находок. А хотя бы и это был и крымский лев, но все равно, потребителям нужно было бы предложить легенду, пускай и так называемый «новодел», где в мифологизируемой форме будет увязан виноград Кокур и лев. Таковой в наличном информационном пространстве попросту нет. Значит, этот прием не направлен на подчеркивание уникальности крымского автохтона. Тогда, рычащий, украшенный бисером мифологический тотем, видимо, должен как-то ассоциироваться со вкусом, букетом и цветом вина? Бессспорно, Кокур на редкость фактурное вино с легко узнаваемым характером, с ярким ароматом спелых яблок, пчелиным воском и узнаваемой во вкусе кислотной горчинкой. Но связь аромата и вкуса со львом авторы статьи так уловить и не смогли, за исключением того, что вино соломенного цвета и в известном смысле подходит под «песчаную» львиную окраску.

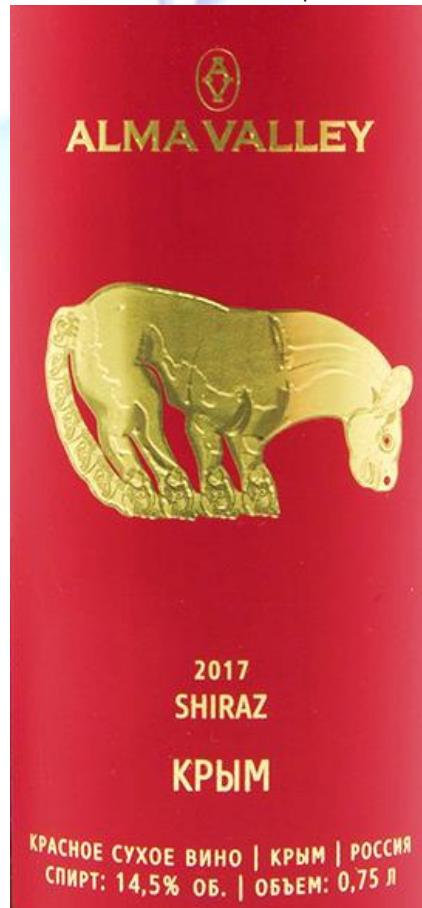
Или какое отношение имеет скифская пантера, найденная в Адыгее, и яркое, насыщенное, мощное вино из старинного французского сорта Шираз (Сира)?

Шираз Alma Valley – это очень, очень богатое и гармоничное вино. Пожалуй, это лучший крымский шираз. Аромат: черные ягоды, смородина. Вкус: плодово-пряный, с яркой бархатистостью. Можно, конечно, предположить, что, это и есть черты образа



Стилизованное изображение головы льва. С крымскими находками авторами статьи не идентифицировано. Изображение похоже на украшение ручек табурета, ритона и нашейных украшений с территории древней Синдики (современный Краснодарский край) [Смолянский 2018].

Фото размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CUJmP>



Пантера на этикетке идентифицирована авторами статьи как находка скифского кургана в районе современной Адыгеи:

Келермесский курган №1 (раскопки Д. Г. Шульца) [Сокровища Келермесских курганов 2022]. Фото размещено в свободном доступе на платформе:

<https://www.alcoplaza.ru/photo/photo26880.jpeg>

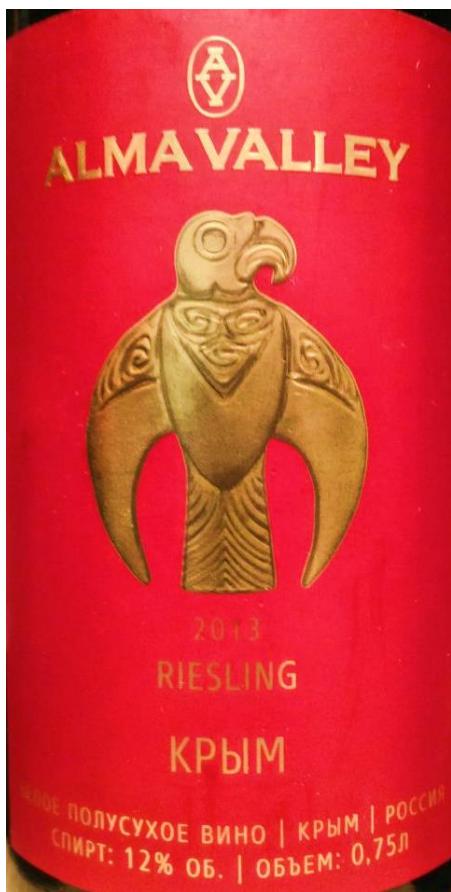
черной пантеры. Или тот факт, что гастрономически, шираз невероятно органично сочетается с блюдами «приготовленных из говядины, ягненка или баранины...» [Шираз 2024]. Отсюда намек на хищника? Но подобное допущение выглядит, мягко говоря, чересчур надуманным. То же самое касается Пино Нуара и стремительно летящего, оторвавшись от земли в своем вечном прыжке, скифского оленя-лося, Коломбара и мифического животного (химеры с головой орла, копытами лошади, лапами льва, бычьим телом, покрытым перьями).

ALMA VALLEY: модерн как инструмент мифа

Как же можно выправить ситуацию, не меняя основного концепта? Прежде всего, очевидно, что скифы – это достаточно узкая тематика, мало соответствующая гармонии вкуса, аромата, цвета вина, дизайна этикетки, истории, маркетингового хода. А значит, стоит расширить концепт до вообще любых изделий искусства народов, вообще когда-либо обитавших в Альминской долине или оставивших свой отпечаток в истории местности. Для примера возьмем великолепное альминское вино – рислинг.

Каким образом орел и вино из традиционного немецкого винограда вообще сочетаются? – так и остается не ясным. Но если вспомнить, что в долине реки Альмы (да и вообще в Крыму) весьма заметен готский след, то сразу приходит идея сведения изделия готских мастеров и напитка, который считается чуть ли не национальным немецким вином. Для этого даже не придётся менять орлиный вариант дизайна этикетки рислинга.

При желании можно смягчить золотосеребряную жесткость серии вин, мягкими, гламурно-романтическими мифологемами, которые, впрочем, покоятся на строгой научной базе. Дело в том, что в Усть-Альминском городище скифов (о котором мы писали



Изображение идентифицировано авторами как статуэтка степного орла из Мельгуновского клада [Алексеев 2017]. Фото размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CUJrd>



Одноголовые серебряные пряжки.
Часть парадного костюма богатой женщины
крымских готов.

Фото размещено в свободном доступе на
платформе: <https://clck.ru/3CUJro>

выше) были найдены удивительные шкатулки. Они были произведены на востоке Китая и на рубеже эр добрались в Крым [Китайские шкатулки из Усть-Альминского некрополя 2023]. Изысканные лаковые женские шкатулки с берегов Желтого моря,

прошли через весь континент и оказались у богатых модниц на берегах моря Черного. Полные изящности и скрытого очарования наборы, предназначавшиеся для княгинь Западной Хань, неведанными путями оказались в руках жен скифских вельмож в Крыму. Ну чем не основа для серии орнаментов, соединяющих китайские и скифские мотивы или, например, учитывая, что в шкатулках хранились украшения и благовония, – серии вин, связанных с этой будуарно-косметической тематикой?



Китайские шкатулки возрастом в две тысячи лет. Созданные в Китае и обнаруженные в Усть-Альминском городище на берегу Черного моря в Крыму.

*Изображение размещено в свободном доступе на платформе:
<https://открытаяархеология.рф/sites/default/files/3.jpg>*

На наш взгляд очевидно, что винодельня упускает из поля зрения все богатство мифопоэтики, которое дает местность.

Впрочем, Alma Valley не боится рисковать и отходить от скифской тематики. Чего только стоит ее резкий разворот в стиль открыток pin-up: летнее, осенне, зимнее, весеннее, получившее в народе броское наименование «Времена года»...

Ясна игра смыслов: весна – веселье и прогулки по цветущим горам (на втором плане Медведь-гора), лето – пляжи Крыма, осень – это, пожалуй, ландшафт среднего течения реки Альмы и веселая женская решительность, зима – гламурная крымская погода, где шубу одевают не от морозов, а просто, покрасоваться... ну, где ни будь в Ялте.



Каждое вино соответствует сезону: густое, насыщенное темно-гранатовое со вкусом смородины и сливы для зимы, белое со вкусом фруктов и цветочным ароматом для весны, розовое с ярким ароматом земляники и ягодным вкусом для лета, белое цветочное со вкусом сладких фруктов для осени. При этом Зима – красное полусладкое, Весна – белое полусладкое, Летнее – розовое полусладкое, Осень – белое сладкое вино. Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CU9x7>

Но... По нашему глубокому убеждению, вино должно возвышать, а винодельне, являющейся одним из эталонов винодельческого предприятия, сочетающей интереснейшие маркетинговые решения, ярко подходящей к своему стилю и глубоко интегрированной в терруар, целесообразно не

ограничивать себя одной лишь кокетливой игрой с женскими временами года. Хотя в данном случае бесспорно и очевидно желание маркетологов расширить женский сегмент потребителей и добавить романтическую ноту в продажи.

Мы предлагаем качественно расширить спектр элементов брендинга вина Alma Valley на основе ресурсов терруара! Такие исторические факты, как посещение Крыма и бороздинского имения Грибоедовым, Жуковским, Пушкиным можно использовать при запуске линейки «поэтических вин». В советское время было в продаже игристое вино, названное по имени одного из самых романтических произведений Пушкина «Бахчисарайский фонтан».

Однако у Пушкина достаточно и иных ярких произведений о Крыме, о любви и о вине. Их можно и нужно в будущем связать с винной линейкой винодельни. Тоже относится и к яркому представителю русского романтизма, великолепному переводчику Жуковскому, тонкому поэту и драматургу Грибоедову.

Девятнадцатый век вообще может дать богатую пищу для мифопоэтики Альмы. Это может быть поэтическая серия, направленная на женскую аудиторию, но может быть и мужская серия: Альминская битва, декабристы, Лев Толстой.



Искристое крымское вино 70-80-ых гг. ХХ века. Этикетка является стилизацией знаменитого фонтана в Бахчисарае, воспетого еще А. С. Пушкиным:

Фонтан любви, фонтан живой!

Принес я в дар тебе две розы.

Люблю немолчный говор твой

И поэтические слезы. [Пушкин 2024].

Изображение размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CUJuE>

ALMA VALLEY: нестандартные игры вне терруара

«Бахчисарайский завод» (бренд Alma Valley) основной акцент сделал на уникальное дизайнерское оформление и презентабельность сайта, а также на продвижении своей продукции через участие в ярмарках и дегустациях» [Хамидова &

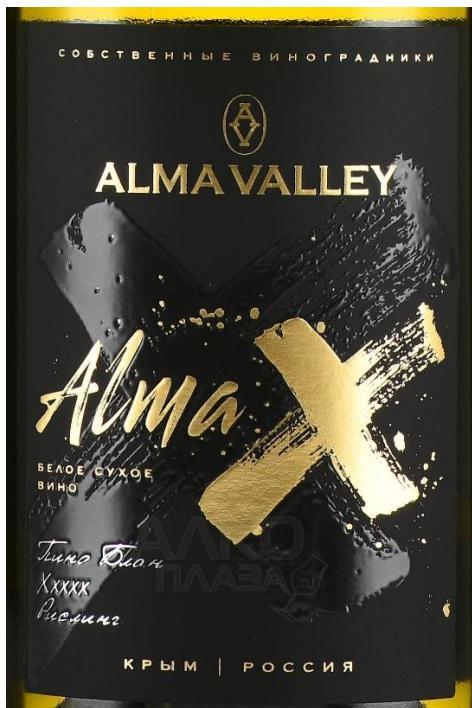
Улановская 2020: 164]. За свою креативность и дизайнерские ходы, за свой изящный дизайн, некоторую вычурность, неожиданность визуализации следует признать олицетворением крымского винного модерна. Об этом кричит даже сам облик производственного цеха.

Об этом и говорят маркетинговые находки виноделов, одной из которых является уникальная линейка вин «Альма.Икс»: «Загадка от винодела. Каждое вино в этой линейке раскрывается с неожиданной стороны, благодаря уникальному ассамбляжу, хранимому виноделом в тайне» [История компании 2024].



Производственные цеха похожи одновременно на корабль, выплывающий из крымского холма, и на череду бочек, глубоко погруженные в винные подвалы.

Фото размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CUAMA>



Вина серии «Альма.Икс» – это смелые эксперименты по технологии производства вина. Всегда неожиданные решения по выдержке вина, купажу, температуре. Это уход от классики и желание расширить возможности виноделия, найти новые решения старым проблемам.

Изображение размещено в свободном доступе на платформе:

https://www.alcoplaza.ru/photo_it/photo51985.jpeg

Мысль великолепная, достойная и крайне нужная... Но... почему же все-таки «Х»? Банальный «Мистер Х»? Слишком просто для этого производителя. Великая идея и яркая линейка нуждается в чем-то большем. Разве мало загадок и мифов, связанных с Крымом или Альмой? Отчего же не сделать эту линейку вин под брендом «Альминская мифотека»? Коллекция мифов и легенд? Пусть загадочное прошлое, данное нам в символике и образах, подчеркнет таинственность создания вина (быть может, шедевра и эталона для будущих поколений ценителей?), подчеркнет загадочность того, как из ягоды винограда рождается аромат фиалки и вкус тропического фрукта? Само слово «Альма», может увести нас далеко от Крыма в ряду мифопоэтики. Ведь «Альма» это:

- ✓ древнееврейское слово, обозначающее женщину, готовую к браку;
- ✓ латинское имя, которое переводится как «питающая», «благодатная», служило эпитетом для римских богов Земли и Света;
- ✓ герой ирландского фольклора «сын Немеда звали "Альма Однозубый", благородный принц, который неоднократно боролся за отсрочку уплаты налогов, взимаемых Конаном со своего народа» [Alma (given name) 2024];
- ✓ легендарное существо, населяющее монгольские горы, аналог снежному человеку.

ALMA VALLEY: вместо послесловия

В этом смысле для нас очень интересным представляется мнение Юбера Буар де Лафореста, владельца известного винного хозяйства Angelus во Франции, который ответил на подобный вопрос следующим образом: «Всё, что сделает Angelus самым красивым и великолепным, но самое главное – это сохранить его душу!» [Лафорест. Цит. по: Казьмина 2022: 5]. А что значит «душа»? Каким образом тот или иной бренд становится узнаваемым? Конечно же это такие важные элементы как история, уникальность, стилистика и другие характерные особенности. Среди эффективных методов, которые позволяют предприятию выделиться среди конкурентов-виноделов, является рассказ об истории

бренда. История может быть вдохновением для создания названий или дизайна этикетки. Рассказ о происхождении бренда добавляет некоторую долю «личности», которая моментально придает бренду оригинальность и аутентичность. И потребители это ощущают. Вместо традиционных описаний вкусов винодельне или бренду стоит использовать историю, в том числе и культурное наследие терруара, чтобы заинтересовать и привлечь потребителя.

А если к этому добавить авторский подход о мифопоэтике вина (как одном из элементов бренда, части истории и легенды терруара)? [Шевченко & Дорофеева 2024: 150]. На выходе получается синергетический эффект: с одной стороны, это усиление бренда, а с другой стороны, добавление некой нотки образованности и развитие культурно-эстетичного интеллекта современного потребителя вина.

Согласно мысли одного из мировых и общепризнанных теоретиков маркетинга его задача состоит в том, «чтобы свести к минимуму усилия по продажам. В идеале маркетинг должен создавать готового к покупке потребителя», [Друкер 2015: 35]. Понимая это, грамотно реализуемая стратегия маркетинга, усиленная эффективно выстроенным брендом, который направлен на привлечение и удержание лояльного «готового к покупке потребителя» позволит максимизировать прибыльность винодельни при минимизации усилий по продажам.

Важно отметить, что авторская идея о расширении бренда винодельни при помощи включения мифопоэтики (как элемента бренда, его истории, и формирования лояльного готового

потребителя), имеет важнейшее значение для предприятия индустрии виноделия, поскольку она:

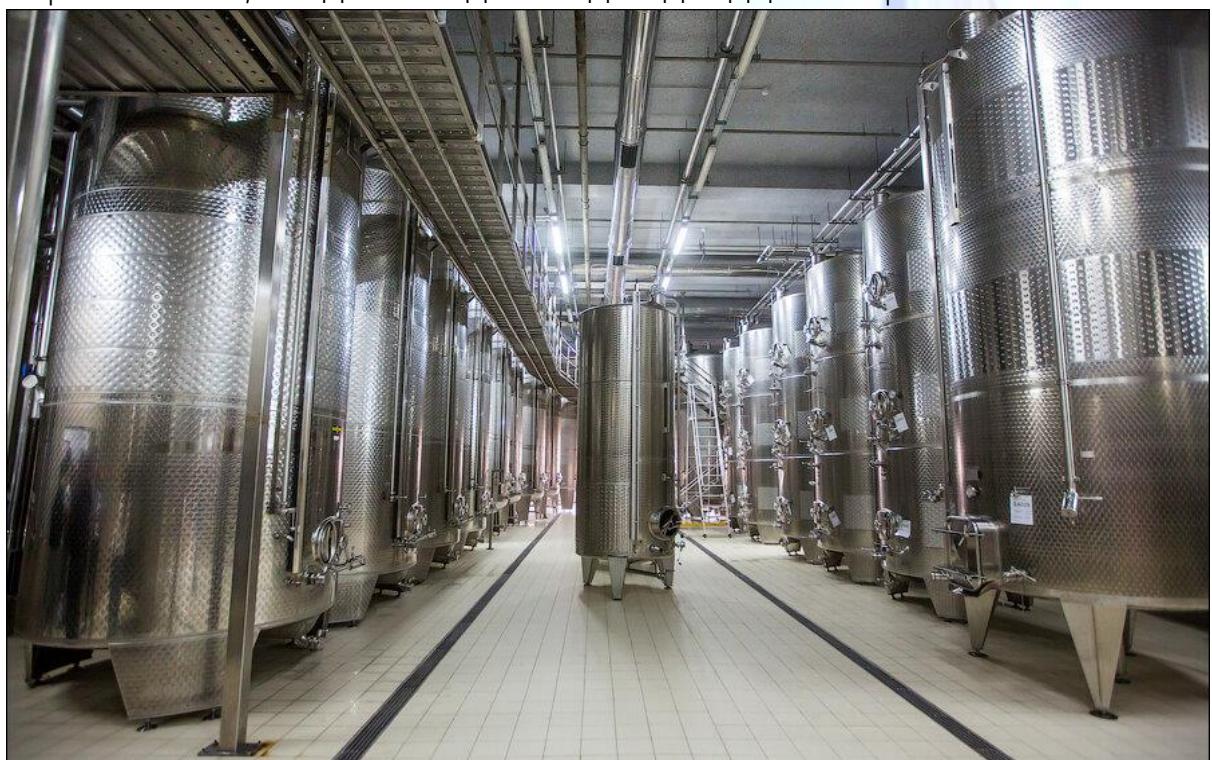
- направлена на усиление узнаваемости продукта;
- способствует активизации маркетинга при минимизации усилий по продажам;
- способствует привлечению покупателей и формированию их понимания ценности продукта;
- служит своеобразным дополнительным «сервисом» для потребителя в виде приобретения определенных исторических и культурно-этических знаний местности.

Правильность высказанной идеи, как главной движущей силы продаж, можно подтвердить высказыванием классика и основоположника теории маркетинга Ф. Котлера, который справедливо отмечал: «Подлинный маркетинг – это не искусство продавать, а знание того, что нужно делать. Это искусство выявления и понимания потребностей клиентов и создания решений, которые удовлетворят клиентов, обеспечат прибыль производителям и выгоды для заинтересованных сторон. Рыночные инновации достигаются за счет довольства клиентов через улучшение продукта, его качества и сервиса. Если они отсутствуют, то никакое количество рекламы, стимулирование сбыта или навыки продаж не смогут компенсировать это» [Котлер 2000: 590]

Что делает вино уникальным и как сформировать/удержать лояльность потребителя? Этим вопросом задаются многие представители винной индустрии (как виноделы, так и

профессионалы в сфере продвижения винной продукции и формирования винного бренда). И представители Alma Valley в этом смысле не являются исключением, поскольку они уделяют этому аспекту много внимания.

Бесспорно, каждое вино Alma Valley – это всегда некий эталон «толковости», ультра-современности в смысле технократичности производства, дающий на выходе продукт в рамках среднего потребительского вкуса. Но, конечно же, не в том смысле, что это вино «средненькое», а в том, что такое вино будет воспринято и знатоком, и рядовым обывателем, оценено и экспертом, и новичком, оно находится в интервале вкусовых предпочтений нашего двадцать первый века, это – вино двадцать первого века, созданное для людей двадцать первого века.



Винзавод удивляет, а иногда и потрясает своим «космическим» дизайном, обилием высокотехнологического оборудования, стерильной чистотой, просторными цехами и современным подходом к производству разнообразных вин.

Фото размещено в свободном доступе на платформе: <https://clck.ru/3CUJyt>

Наше столетие стремится к узкому региону, убегая от глобализации. Это чутко понимают виноделы. Человек нашего века не желает пить вино великой марки из сортов винограда произраставших непонятно где. Он, человек, желает вкусить «кровь» определенного участка земли, оценить разницу климата, истории и мифа одного уголка планеты от другого, иными словами пробовать и сравнивать рислинг Рейна с рислингом Альмы, покатать на языке автохтонную загадку Кокура из Крыма... Но он – все таки человек двадцать первого века!, – а по сему требует от винодела высочайшей технологичности процесса, совершеннейшей очистки вина и жесточайших требований к стандартизации процесса виноделия. Он – человек-мегаполиса, а значит ему необходимо универсальное вино: для ресторана и дружеской вечеринки, для романтического свидания и бравого «шашлычного» выезда на природу с детьми. Ему, человеку большого города, не нужно вино как самостоятельный продукт; ему необходимо вино для гастрономического комплекса из мяса, рыбы или фруктов, а также для эстетического любования на столе изысканной бутылкой. Все это сегодня и дает потребителю вино Alma Valley.

Однако при всей техногенности и мегаполисности современного человека мало кто может возразить, что в обществе увеличивается и страсть к иррациональному, мифологическому. Как пророчески заметил Н. А. Бердяев наступает новая фаза истории – Новое Средневековье, под которым он понимал «ритмическую смену эпох, переход от рационализма новой

истории к иррационализму или сверхнационализму средневекового типа» [Бердяев 2015: 10]. А значит легенда, миф, сказка будут занимать в нашей жизни все большую и большую роль, при этом вовсе не отрицая научных достижений человечества, а лишь все шире и глубже инкорпорируя себя в структуры техногенной цивилизации. В этом смысле винный модерн Alma Valley, безусловно, стоит облечь в одежды мифопоэтики вина, что даст возможность еще более увеличить достоинства этой марки вин и закрыть ее неизбежные слабые места, которые порой являются неизбежным следствием достигших своих высот достоинств.

Литература

- Alma Valley (2024). *Vino.Ru*. Режим доступа: <https://vino.ru/vinnyy-atlas/atlas-spisok/Alma-Valley/#> (дата обращения: 06.04.2024).
- Алексеев, А. Ю. (2017). Мельгуновский клад. *Большая российская энциклопедия 2004–2017*. Режим доступа: <https://old.bige.ru/archeology/text/2203232> (дата обращения: 06.04.2024).
- Бердяев, Н. А. (2015). *Новое средневековье. Размышление о судьбе России*. Киев: Мультимедийное издательство Стрельбицкого.
- Друкер, П. (2015). *Практика менеджмента*. Москва : Манн, Иванов и Фербер.
- История компании (2024). *Официальный сайт компании «Alma Valley»*. Режим доступа: <https://www.alma-valley.ru/index.html#home> (дата обращения: 06.04.2024).
- Казьмина, Е. (2022). *Создание и продвижение винных брендов*. Москва: Издание книг ком.
- Калькова, Н. Н., & Маркова, Е. И. (2019). Оценка потребительских предпочтений продукции винодельческого хозяйства Alma Valley. *Современные научные исследования: сборник научных трудов*. Анапа: «Научно-исследовательский центр экономических и социальных процессов» в ЮФО.
- Китайские шкатулки из Усть-Альминского некрополя (2023). *Открытая археология.РФ*. Режим доступа: <https://открытаяархеология.рф/finds/китайские-шкатулки-из-усты-альминского-некрополя> (дата обращения: 06.04.2024).
- Котлер, Ф. (2000). *Основы маркетинга*. Москва: Издательство «Вильямс».

- Крым. Путешествие в долину реки Альма: мемориальный комплекс «Поле Альминского сражения» (2022). Яндекс-канал: Крым Drive. Режим доступа: https://dzen.ru/a/YqY6CMv7YydDKd_F (дата обращения: 06.04.2024).
- Пушкин, А. С. (2024). Фонтану Бахчисарайского дворца. *Интернет-Библиотека Алексея Комарова*. Режим доступа: <https://ilibrary.ru/text/531/p.1/index.html> (дата обращения: 06.04.2024).
- Сердюк, И. (2017). Встреча 35 «Золото скифов в бокале – вина хозяйства «Alma Valley». *Винный клуб*. Режим доступа: <https://nw-wineclub.com/2017/11/25/8599/> (дата обращения: 06.04.2024).
- Смолянский, Д. (2018). Загадки истории. Синдика. Что стоит за легендой о войне скифов с рабами? *История и этнология. Факты. События. Вымысел*. Режим доступа: <https://clck.ru/3CUMph> (дата обращения: 06.04.2024).
- Сокровища Келермесских курганов (2022). *GuidePointer.ru*. Режим доступа: <https://guidepointer.ru/sokrovishha-kelermesskih-kurganov/> (дата обращения: 06.04. 2024).
- Труфакина, Е. (2021). Кокур: что нужно знать. *Simple Wine News*. Режим доступа: <https://swn.ru/articles/kokur-sort> (дата обращения: 06.04.2024).
- Труфакина, Е. (2023). Alma Valley: новая проба пера. *Simple Wine News*. Режим доступа: <https://swn.ru/articles/alma-valley-novaya-proba-pera> (дата обращения: 06.04.2024).
- Хамидова, О. М., & Улановская, О. Н. (2020). Потребительские предпочтения, как основа создания бренд-позиции винодельческой продукции. *Научный вестник: финансы, банки, инвестиции*, 3(52), 153-166.
- Шевченко, О. К., & Дорофеева, А. А. (2024). Мифопоэтика вина как имагинативный абсолют человеческого бытия. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 1(6), 136-165.
- Шираз (2024). *Официальный сайт компании «Alma Valley*. Режим доступа: https://www.alma-valley.ru/S_Shiraz.html (дата обращения: 06.04.2024).
- Alma (given name) (2024). *Wikipedia*. Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/Alma_\(given_name\)#cite_ref-13](https://en.wikipedia.org/wiki/Alma_(given_name)#cite_ref-13) (дата обращения: 06.04.2024).

Информация об авторах

Шевченко Олег Константинович – доктор философских наук, доцент, Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского (Россия, 298635, Республика Крым, Ялта, ул. Севастопольская, 2-А), ORCID: 0000-0002-1362-2875, skilur80@mail.ru

Дорофеева Анна Андреевна – доктор экономических наук, доцент, Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского (Россия, 298635, Республика Крым, Ялта, ул. Севастопольская, 2-А), ORCID: 0000-0003-0328-1605, andora.kfu@mail.ru

ALMA VALLEY MYTHOPOETICS (CRIMEAN MODERN WINE)

Oleg Shevchenko, Anna Dorofeeva

Abstract. The article, based on a mythopoetic approach, examines several lines of wines from the Alma Valley producer. The authors do a lot of work to identify the mythopoetic elements of the Alma terroir from Antiquity to the nineteenth century, from Scythian settlements to the Battle of Alma. Thus, they consider it possible to give a high mythopoetic assessment of the "Scythian Gold" wine series. But the authors also note a number of inconsistencies between this wine branding and its type. It is proposed to strengthen the historical and mythological component of the brand, more clearly drawing the lines of relationship between the character of the wine and the label design, grape variety and the general idea of the series. Analyzing the series of wines "Seasons" (PIN AP), the authors emphasize the exceptional success of positioning the product in the gender and age segment of the consumer market but conclude that this move cannot be the main one for the philosophy of Alma Valley wines. Particular attention was paid to the "Alma.X" series and the search for the most appropriate mythopoetic line for the original wines, which are the result of bold experiments by Alma Valley specialists.

Keywords: wine, oenology, aesthetics of wine, philosophy of wine, mythopoetics of wine, Crimean wines, Alma Valley, the Alma terroir.

References

- Alekseev, A. Yu. (2017). Mel'gunovskij klad [The Melgunov treasure]. *Bol'shaja rossiskaja jenciklopedija 2004–2017* [The Great Russian Encyclopedia – 2004–2017]. Available at: <https://old.bigenc.ru/archeology/text/2203232> (accessed: 06.04.2024). (In Russ).
- Alma (given name) (2024). Wikipedia. Available at: [https://en.wikipedia.org/wiki/Alma_\(given_name\)#cite_ref-13](https://en.wikipedia.org/wiki/Alma_(given_name)#cite_ref-13) (accessed: 06.04.2024).
- Alma Valley (2024). Vino.Ru. Available at: <https://vino.ru/vinnyy-atlas/atlas-spisok/Alma-Valley/#> (accessed: 06.04.2024). (In Russ).
- Berdjaev, N. A. (2015). *Novoe srednevekov'e. Razmyshlenie o sud'be Rossii* [The New Middle Ages. Reflection on the fate of Russia]. Kiev: Mulfemedijnoe izdatel'stvo Strel'bickogo. (In Russ).
- Drucker, P. (2015). *Praktika menedzhmenta* [The practice of management]. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber Publ. (In Russ).
- Hamidova, O. M., & Ulanovskaja, O. N. (2020). Potrebitel'skie predpochtenija, kak osnova sozdanija brend-poziciji vinodel'cheskoj produkciij [Consumer preferences as the basis for creating a brand position for wine products] *Nauchnyj vestnik: finansy, banki, investicij* [Scientific bulletin: finance, banks, investments], 3(52), 153–166. (In Russ).

- Istorija kompanii [Company history] (2024). *Oficial'nyj sajt kompanii «Alma Valley»* [The official website of the company «Alma Valley】. Available at: <https://www.alma-valley.ru/index.html#home> (accessed: 06.04.2024). (In Russ).
- Kal'kova, N. N., & Markova, E. I. (2019). Ocenka potrebitel'skih predpochtenij produkciij vinodel'cheskogo hozajstva Alma Valley [Assessment of consumer preferences of Alma Valley wine production]. *Sovremennye nauchnye issledovanija: sbornik nauchnyh trudov* [Modern scientific research: a collection of scientific papers]. Anapa: Scientific Research Center of Economic and Social Processes" in the Southern Federal District (In Russ).
- Kazmina, E. (2022). *Sozdanie i prodvizhenie vinnyh brendov* [Creation and promotion of wine brands]. Moscow: Publishing books com. (In Russ).
- Kitajskie shkatulki iz Ust'-Al'minskogo nekropolja [Chinese caskets from the Ust-Alminsky necropolis] (2023). *Otkrytajaarheologija.RF* [The open archeology of the Russian Federation] Available at: <https://открытаяархеология.рф/finds/китайские-шкатулки-из-усты-альминского-некрополя> (accessed: 06.04.2024). (In Russ).
- Kotler, F. (2000). *Osnovy marketinga* [Fundamentals of marketing: a monograph]. Moscow: Publishing house "Williams". (In Russ).
- Krym. Puteshestvie v dolinu reki Al'ma: memorial'nyj kompleks «Pole Al'minskogo srazhenija» [Crimea. A trip to the valley of the Alma River: the memorial complex "Field of the Battle of Alma"] (2022). *Jandeks-kanal: Krym Drive*. [Yandex Channel: Crimea Drive]. Available at: https://dzen.ru/a/YqY6CMv7YydDKd_F (accessed: 06.04.2024). (In Russ).
- Pushkin, A. S. (2024). Fontanu Bahchisarajskogo dvorca [Fountain of the Bakhchisarai Palace]. *Internet-Biblioteka Alekseja Komarova* [Alexey Komarov's Online Library]. Available at: <https://ilibrary.ru/text/531/p.1/index.html> (accessed: 06.04.2024). (In Russ).
- Serdjuk, I. (2017). Vstrecha 35 «Zoloto skifov v bokale – vina hozajstva «Alma Valley» [Meeting 35 "Scythian gold in a glass – wine farms «Alma Valley»]. *Vinnyy klub* [Wine club]. Available at: <https://nw-wineclub.com/2017/11/25/8599/> (accessed: 06.04.2024). (In Russ).
- Shevchenko, O. K., & Dorofeeva, A. A. (2024). Mifopojetika vina kak imaginativnyj absolut chelovecheskogo bytija [The mythopoetics of wine as an imaginative absolute of human existence]. *Industrii vpechatlenij. Tehnologii sociokul'turnyh issledovanij (EISCRT)* [Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)], 1(6), 136-165. (In Russ).
- Shiraz (2024). *Oficial'nyj sajt kompanii «Alma Valley»* [The official website of the company «Alma Valley】. Available at: https://www.alma-valley.ru/S_Shiraz.html (accessed: 06.04.2024). (In Russ).
- Smoljanskij, D. (2018). Zagadki istorii. Sindika. Chto stoit za legendoj o vojne skifov s rabami? [The mysteries of history. Syndics. What is behind the legend of the Scythian war with slaves?] *Istorija i jetnologija. Fakty. Sobytiya. Vymysel*. [History and ethnology. Evidence. Events. Fiction.] Available at: <https://clck.ru/3CUMph> (accessed: 06.04.2024). (In Russ).

- Sokrovishha Kelermesskih kurganov [Treasures of the Kelermes mounds] (2022). *GuidePointer.ru*. Available at: <https://guidepointer.ru/sokrovishha-kelermesskih-kurganov/> (accessed: 06.04.2024). (In Russ).
- Trufakina, E. (2021). Kokur: chto nuzhno znat' [Kokur: What you need to know]. *Simple Wine News*. Available at: <https://swn.ru/articles/kokur-sort> (accessed: 06.04.2024). (In Russ).
- Trufakina, E. (2023). Alma Valley: novaja proba pera [Alma Valley: A new pen test]. *Simple Wine News*. Available at: <https://swn.ru/articles/alma-valley-novaya-proba-pera> (accessed: 06.04. 2024). (In Russ).

Author's information

Shevchenko Oleg Konstantinovich – Doctor of Philosophy, Associate Professor of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University (2, Sevastopolskaya St., Yalta, Republic of Crimea, 298635, Russia), ORCID: 0000-0002-1362-2875, skilur80@mail.ru

Dorofeeva Anna Andreyevna – Doctor of Economics, Associate Professor of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University (2, Sevastopolskaya St., Yalta, Republic of Crimea, 298635, Russia), ORCID: 0000-0003-0328-1605, andora.kfu@mail.ru

For citation:

Shevchenko, O. K., & Dorofeeva, A. A. (2024). Alma Valley mythopoetics (crimean modern wine). *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 342–376. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-342-376](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-342-376)

рецензии

УДК 130.2

[https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-378-405](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-378-405)

ВСПОМНЯТ ЛИ «УМНЫЕ ТОЛПЫ» АНДРОИДОВ ОБ ЭЛЕКТРООВЦАХ, ИЛИ КАК ВОЗМОЖНА МЕДИАПАМЯТЬ В ЭПОХУ ЦИФРЫ. РЕЦЕНЗИЯ НА МОНОГРАФИЮ ДЕНИСА АРТАМОНОВА



Андрей Некита,
Новгородский
государственный
университет
им. Ярослава Мудрого
(Великий Новгород, Россия).

Andrey Nekita,
*Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia).*

ORCID: 0000-0002-9254-2901
e-mail: beresten@mail.ru



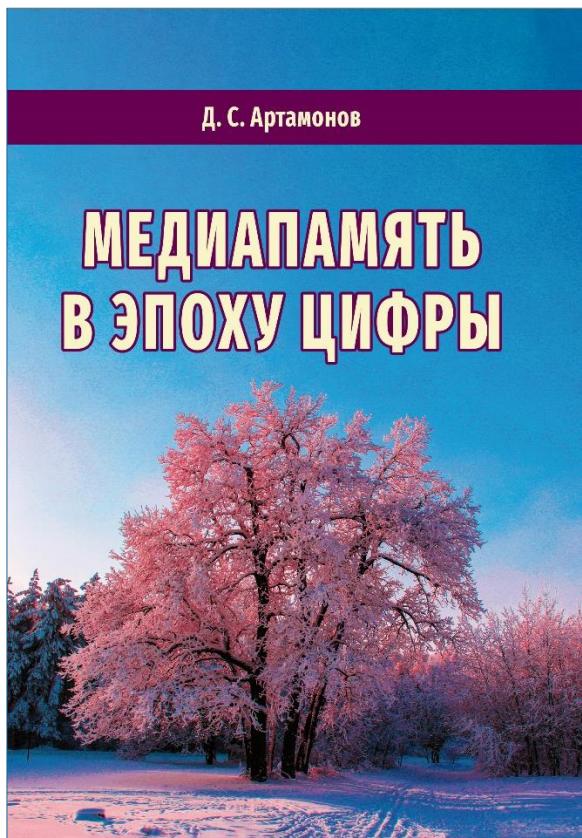
Сергей Маленко,
Новгородский
государственный
университет
им. Ярослава Мудрого
(Великий Новгород, Россия).

Sergey Malenko,
*Yaroslav-the-Wise Novgorod
State University
(Veliky Novgorod, Russia).*

ORCID: 0000-0003-4828-0171
e-mail: olenia@mail.ru

Для цитирования рецензии:

Некита, А. Г., & Маленко, С. А. (2024). Вспомнят ли «умные толпы» андроидов об электроовцах, или как возможна медиапамять в эпоху цифры. Рецензия на монографию Дениса Артамонова. *Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований (EISCRT)*, 3(8), 378-405. [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-378-405](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-378-405)



«И он снова подумал, как ему хочется настоящее, живое животное, и снова ощущил жгучую ненависть к своему электрическому барану, с которым ему приходилось возиться, словно он и вправду живой. Тирания бездушного предмета, думал Рик. Предмета, и знать не знающего, что я существую. Подобно андроидам, он не чувствует никакой связи между собой и всеми окружающими его живыми существами. Мысль о сходстве между электрическими животными и андроидами была для него внове. Электрическую овцу или кошку, рассуждал Рик, можно считать низшими, предельно примитивными подвидами все того же семейства роботов. Или, наоборот, андроида можно рассматривать как очень высокоразвитое эрзац-животное. По какой-то не совсем ясной причине оба этих варианта ему претили» [Дик 2016].

Повсеместная цифровая трансформация современной культуры постепенно приобретает тотальный характер, подчиняя себе не только производственные и технологические процессы, но и оказывая влияние на развитие социальных институтов и социальной коммуникации в целом. Это с необходимостью оборачивается разбалансировкой принципов социального взаимодействия, в то время как социальная целостность в классических обществах воспроизводилась посредством

трансляции традиций, закрепленных в коллективной памяти поколений. Появление новых цифровых арен для фиксации и последующей передачи социального опыта обнаруживает сложную и противоречивую картину воспроизведения исторически и культурного значимого. Складывается впечатление, что в этих средах опыт предшествующих поколений приобретает все более формальный, информационный характер.

В то время как непрерывное приращение цифрового контента создает стойкую иллюзию необычайной эрудированности новых поколений в отношении предшествующего опыта цивилизации. Однако подобный «багаж» скорее всего имеет характер «информационного шума» и потому не предполагает какого бы то ни было долговременного оперирования различного рода сведениями, полученными в Интернет-пространстве. В то же время, складывающиеся буквально на наших глазах институты цифровой коммуникации активно претендуют на создание нового формата и соответствующей ему логистики знаний, а также способов их закрепления в индивидуальной, групповой и коллективной памяти.

Поэтому изучение сложной и динамично развивающейся системы цифровой коммуникации является крайне актуальной и востребованной задачей современной социально-философской и гуманитарной мысли, решение которой должно способствовать определению трендов развития не только науки, но и социальных отношений, конструируемых как следствие реакции на новые технологические вызовы. Подобная ситуация в корне меняет

восприятие и понимание современниками прошлого, обуславливает непрерывное, поточное переформатирование институализированного исторического опыта и обозначает фактическую редакцию истории под конъюнктурные интересы не только политиков и корпораций, но и уже абсолютно рядовых пользователей Интернета. Возможно, именно так и выглядит один из сценариев цифрового «конца истории», о котором рассуждал еще Фр. Фукуяма. Парадоксально, но именно зафиксированная таким образом, в цифровых формах память о прошлом, оказывается сегодня наиболее востребованной формой трансляции коллективной памяти. Понимание этих зависимостей позволит сформировать принципы реализации коммеморативной политики и определит парадигмы диджитальной социальной коммуникации будущего.

Знаменитый американский фантаст, лауреат престижной премии «Хьюго» Филип Киндред Дик еще в 1968 году в своем пророческом романе «Мечтают ли андроиды об электроовцах?» как бы предвидя грядущую диджитальную революцию, отчаянно пытался предупредить человечество о множестве скрытых в ней опасностей. В качестве одной из серьезных угроз писатель упоминал о фальшивой памяти у «ложных людей», которых называл андроидами: «фальшивая память бывает только у андроидов, загрузить ее человеку очень трудно, почти невозможно» [Дик 2016].

Однако, как оказалось, сейчас элементы «ложной» или «фальшивой» памяти в современном цифровом обществе присутствуют практически повсеместно. Поскольку в нем именно

медиа оказывают определяющее влияние на конструирование коллективно разделяемых представлений о прошлом, что приводит к структурным изменениям исторической, социальной, культурной, коммуникативной памяти. Бурное развитие сервисов социальных сетей, характерное для нашего времени, вовлекает массовую аудиторию пользователей Интернета в процессы конструирования образов прошлого и приводит к тотальной медиатизации коллективной памяти. Личные воспоминания и мнения ежедневно репрезентируются в медиасреде, превращаясь в цифровые нарративы и визуальные образы, определяющие представления о прошлом.

При этом, массированные информационные потоки пользовательского контента, создаваемые обывателями, не только становятся новым фактором влияния на коллективные и индивидуальные идентичности, но и определяют условия воспроизведения воспоминаний и традиций. А выявление новой роли медиаконтента в социальном конструировании представлений о прошлом позволило автору монографии разработать инновационные исследовательские стратегии для изучения принципов функционирования коллективной памяти в условиях компьютерно-опосредованной среды, сетевых интеграций и дополненной реальности.

Значение монографии нашего уважаемого саратовского коллеги Дениса Артамонова, определяется значительным объемом проанализированных ним российских и зарубежных источников, посвященных рассмотрению коллективной памяти и социально-

философскому анализу современных коммеморативных практик. Проведенное автором обстоятельное исследование отличается высокой степенью теоретической обоснованности, опирающейся на обширный эмпирический материал.

Новизна исследовательского подхода Дениса Артамонова состоит в обстоятельном социально-философском анализе медиапамяти как коммуникационного механизма конструирования представлений о прошлом. Автор справедливо указывает, что сама постановка проблемы «конструирования представлений о Прошлом в ситуации тотальной цифровизации, постправды, мемориального бума и медиатизации культуры ставит задачу изучения процессов трансформации форм коллективной памяти в медиасреде» [Артамонов 2023: 22]. Медиапамять совершенно обоснованно рассматривается автором как, безусловно, значимый феномен коммуникации, позволяющий изучить социальные практики трансляции образов прошлого, а также создания и тиражирования диджитальных симуляков исторического знания пользователями Интернета. Именно в медиапамяти, по мнению автора, непрерывно создаваемые образы прошлого выступают закономерным результатом перманентного конструирования представлений об актуальных социальных смыслах, которыми они нагружаются. Показательно, что тематизация значимых исследований осуществлена Денисом Артамоновым с учетом структуры проблемного поля современной социальной и политической философии, а также с опорой на спектр существующих исследовательских и социокультурных практик.

Для изучения коллективной и медиапамяти автор проводит комплексное исследование неординарных источников массовых представлений о прошлом, позволяющее проанализировать основные инструменты воспроизведения образов прошлого в цифровую эпоху. Например, таких как: фейки, цифровые фотографии, селфи, интернет-мемы, компьютерные игры, фанфики и многочисленные пользовательские видеоролики на историческую тематику.

Так, по его справедливому утверждению, исторические «фейки интегрируют технологии воспроизведения сетевых фейков, исторические интерпретации и историческую лженауку в оперативных локальных форматах сетевого контента, производимого для того, чтобы наносить эмоциональный и репутационный урон противнику, разрушая систему аргументации его исторической идентичности. Реализуясь в соответствии с идеологией информационных гибридных войн, исторические фейки становятся мощным оружием войн мемориальных» [Артамонов 2023: 105–106].

Совершенно обоснованно Денис Артамонов квалифицирует современные социальные медиа как сложную и противоречивую арену формирования и публичной презентации коллективной памяти, аккумулирующие потенциал многочисленных информационных ресурсов, в том числе и посвященных изучению прошлого. Овладев цифровыми технологиями, тысячи Интернет-пользователей создают собственные медиаверсии прошлого и делают их доступными для широких пользовательских масс.

Иrrациональными основами тиражирования потребительских представлений о прошлом в социальных медиа является их эмоциональность, мифологизированность и стереотипность. Так пользователи практически непрерывно создают свои версии исторических событий в соответствии с коллективными представлениями о прошлом, отсылающими к наиболее популярным и узнаваемым сюжетам и символам массовой культуры. В результате мы фактически имеем дело с зарождением новых сетевых коммеморативных практик, основанных на большем или меньшем погружении человека в цифровое виртуальное пространство. Подобная логика и позволяет Денису Артамонову выдвинуть оригинальную авторскую концепцию медиапамяти, интерпретируемую им в качестве особого коммуникационного механизма конструирования и медиапрезентации представлений о прошлом.

Плодотворно рассуждая об опасности повсеместно политизации современного медиапространства, автор абсолютно уместно квалифицирует необычайно популярные сегодня интернет-мемы как неотъемлемый элемент и достаточно мощный инструмент подобной политизации «способный достаточно эффективно конструировать представления о прошлом. Субъектом конструирования здесь выступает как сам индивид, так и те, кто производит интернет-контент, что характерно для современной эпохи просьюмеризма, когда производитель информационного продукта в то же время является его потребителем» [Артамонов 2023: 135].

Фактически, на примере рассуждений автора мы можем квалифицировать их как важнейший шаг в открытии нового направления в современной социальной философии, изучающего актуальные символические формы общественного сознания, развивающиеся под влиянием прогрессирующего развития цифровых коммуникаций. Несомненно, что главные выводы монографии Дениса Артамонова могут и должны быть использованы в учреждениях высшего образования и в преподавании целого ряда философско-культурологических и политологических дисциплин. Кроме этого, на наш взгляд, целесообразно использование авторских исследовательских наработок при создании и совершенствовании программ федеральной и региональной культурной политики, формировании и внедрении стратегий информационной и национальной безопасности Российской Федерации.

Очерчивая методологические основания исследования медиапамяти, автор монографии устанавливает границы применения коммуникативного подхода в изучении коллективной памяти, которая в настоящее время подвержена интенсивной медиатизации и неуклонно превращается в медиапамять как неотъемлемый элемент цифрового общества. Далее в книге проблематизируется феномен медиапамяти и ее роль в историческом познании в условиях современного цифрового общества. Для этого автор определяет исторические условия для институализации медиапамяти, выделяет необходимые социальные

среды для ее оформления, а также выявляет субъекты гражданской исторической науки.

Закономерно останавливаясь на проблемах конструирования медиапамяти в социальных контекстах Денис Артамонов выявляет потенциал философии истории для изучения цифровой трансформации социального пространства, после чего ожидаемо останавливается на рассмотрении исторической лженауки и цифровой мифологии как актуальных форм организации и презентации среды современных социальных медиа. Обнаруженные закономерности позволяют автору прейти к рассмотрению целого ряда сетевых практик, в которых последовательно воспроизводятся актуальные технологии конструирования медиапамяти.

Следует поддержать и авторский сценарий разработки проблемы коллективной памяти посредством выявления ее коммуникационной природы, опирающейся на целый ряд концепций социальных философов. Так в рецензируемой монографии последовательно демонстрируется, что, например, символизация прошлого у Вальтера Беньямина стала закономерным ответом на попытки философов XIX века понять и проинтерпретировать социальную природу истории, выражаемую в коммуникативном действии по созданию коллективных символических образов. Тогда как идеи немецкого историка, этнографа и культуролога Аби Варбурга во многом предвосхитили культурологический подход в понимании коллективной памяти,

имеющей коммуникативную природу и формирующейся в момент создания символического объекта.

Несомненно, понимание выдающимся немецким социологом Эмилем Дюркгеймом коммеморативного ритуала как важнейшего посредника в формировании коллективных представлений о прошлом, по мнению автора монографии, предвосхищает применение коммуникативного подхода к пониманию феномена коллективной памяти. Тогда как французский социолог Морис Хальбвакс был склонен соотносить коллективную (социальную, историческую) память с устной коммуникацией. А идеологии конструктивизма Джордж Герберт Мид, Альфред Шюц, Никлас Луман, Питер Бергер и Томас Лукман наглядно и последовательно продемонстрировали, как именно символическая знаковая система коллективной памяти работает в социальной системе, что во многом и помогло объяснить ее коммуникативный характер.

Кроме того, Денис Артамонов справедливо обращает внимание и на рассуждения Маршала Маклюэна о непосредственном влиянии коммуникативных технологий на возможность человеческого сообщества обладать памятью для воспроизведения прошлого в настоящем. А также на идеи Юргена Хабермаса относительно того, что в основе формирования представлений о прошлом и вообще исторического сознания как такового лежат именно коммуникативные практики.

Исследуя социально-философские основания проблемы медиатизации коллективной памяти, автор приходит к обоснованному выводу о том, что противопоставление

коммуникативной и культурной памяти в работах Ю. М. Лотмана и Я. Ассмана было основано на различении устной и письменной коммуникации, однако, увеличение роли массмедиа в жизни общества и появление социальных медиа ее практически полностью нивелировало. Как указывает Денис Артамонов, объединение этих «двух терминов при описании влияния новых медиа на коллективную память предполагает, что коммуникативная и культурная память продолжает существовать в условиях синкретизма символических и повседневных воспоминаний, а также целостности восприятия образов прошлого. Между тем исследование процессов медиатизации показывает, что человек не вспоминает недавнее прошлое без медиа, а культура практически полностью интегрирована в медиапространство» [Артамонов 2023: 25].

В то же время тотальное влияние медиа на общественное и индивидуальное сознание закономерно поставило вопрос о медиатизации коллективной памяти, что нашло отражение в целом ряде зарубежных и отечественных исследований. В них подчеркивались различные аспекты коммуникативных свойств коллективной памяти и ее информационной природы, но упускался из виду тот факт, что именно медиа выступают в качестве важнейшего посредника социальных отношений. В новейших исследованиях Дж. Гарде-Хансен и Э. Хоскинса и др., выдвигается, справедливо критикуемая автором монографии теория цифровой памяти, которая вобрала в себя основные идеи теоретиков коммуникативной и социальной памяти. По мнению Дениса

Артамонова, концепция «digital memory» не учитывает важнейшие особенности коммуникационного пространства цифровой среды, в котором под влиянием процесса медиатизации предельно уменьшается или же и вовсе исчезает дистанция между близким и далеким прошлым. Тогда как вышеуказанные авторы «совершили переход от рассуждений о тотальной медиатизации социальных феноменов, к которым они относят и память, к гипотезе о ее дигитализации.

Они утверждают, что социальная память в цифровую эпоху невозможна без машины [Артамонов 2023: 33]. В этом контексте нельзя не вспомнить выдающуюся идею американского фантаста Ф. Дика, который еще в шестидесятых года прошлого двадцатого века твердо и свято уверен в том, что «только андроиды способны носить в себе ложную память. По отношению к людям система оказалась неэффективной» [Дик 1992: 377]. Увы, выдающийся фантаст, к величайшему сожалению, ошибся. И уже спустя чуть более полвека потребительское общество породило «умные толпы» своеобразных «андроидов» (в терминологии Филипа Дика), которые с превеликим удовольствием повсеместно отказываются и от человечества, и от природы, и от собственной памяти, а в итоге и от самих себя.

Медиапамять как социальный феномен в цифровом обществе последовательно раскрывается автором монографии через анализ различных аспектов цифровизации и медиатизации культуры, практики перевода традиционных хранилищ социальной памяти (архивов, музеев, библиотек и т. д.) в актуальный цифровой

формат, а также тенденции неуклонного расширения влияния социальных медиа на характер и сами практики конструирования и презентации представлений о прошлом. Кроме того, в рецензируемой книге социально-философскому анализу подвергаются и коммуникативные процессы медиатизации политики памяти, проблемы травматического опыта коллективного прошлого и повышенная эмоциональность исторических образов, характерная для эпохи постправды, а также мемориальные войны в цифровом информационном пространстве. Так «эмоциональность медиапамяти связана с возможностями комфортного пребывания индивида в воображаемой реальности с предметами или субъектами, отсутствующими непосредственно в реальности физической. Процесс конструирования медиапамяти на основе визуальных образов приводит к нарастанию тоски по чему-то безвозвратно утраченному во времени» [Артамонов 2023: 12].

Автор монографии справедливо утверждает, что прошлое, как абсолютно социальный конструкт, создается и транслируется при помощи медиа, аккумулирующих историческое знание во всех его формах, фактически стирая грани между историей как наукой и памятью как коллективным представлением о прошедших событиях и исторических фактах, формирующейся стихийно.

Опираясь на концепцию цифрового поворота, Денис Артамонов констатирует, что эпистемологическая проблематика цифровых технологий разворачивается не только и не столько в границах используемого объекта (инструмента, посредника,

участника), но и в совокупности иных связей, прежде всего, сетевых. Так сервисы «социальных сетей» аккумулируют усилия массы известных и безвестных блогеров, почти мгновенно откликающихся на злободневные события, тиражируя информацию о них, наращивая ее новостную плотность и укрепляя общественный интерес, т. е. наделяя событие резонансом.

Известные блогеры легитимируют оценку сложившихся резонансных событий, формируя, тем самым, повестку дня и воздействуя на общественное мнение, т. е. фактически массив обыденного знания проходит фильтры авторитета известных блогеров, хотя эта когорта всегда остается открытой» [Артамонов 2023: 62]. В итоге интернет-пользователи активно включаются в поиск и тиражирование знаний о прошлом, переводя традиционные исторические источники в цифровой формат. Также мы можем наблюдать за появлением новых способов познания прошлого, что закономерно приводит к перехвату инициативы в деле получения и трансляции исторического знания от научного сообщества к обывателям, интересующимся историей, тогда как именно медиапамять является основным инструментом подобного перераспределения.

Важной и весьма позитивной находкой рецензируемой монографии является авторский вывод о том, что исторические знания и представления о прошлом в коммуникативном пространстве цифрового общества создаются в рамках социально-эпистемических арен, под которыми автор понимает медиа-площадки, где взаимодействуют: во-первых, учёные-

профессионалы, определяющие проблему исследования, ставящие задачи и выступающие организаторами работы; во-вторых, «умные толпы», массы интернет-пользователей, любители-добровольцы, объединенные при помощи социальных медиа и организованные на совместную деятельность; и, в третьих, цифровые технологии («нечеловеки», в терминологии Бруно Латура). Как раз на подобных социально-эпистемических аренах происходит выработка знания в процессе научного исследования, организованного на принципах гражданской науки («Citizen science»), коллективной работы, при помощи технологий краудсорсинга, с привлечением широкого круга добровольцев на виртуальных сетевых платформах, которые обеспечивают публикацию и презентацию полученных результатов. В пределах таких «арен субъектом производства знания оказывается не только научное сообщество, но и многообразные заинтересованные субъекты, а также информационные посредники, осуществляющие распределенное познание, предполагающее распределение когнитивных функций между разными познающими субъектами и их совместное участие в производстве знания» [Артамонов 2023: 82].

Подведем промежуточные итоги исследования роли «умных толп» в производстве обыденного исторического знания и коллективно разделяемых представлений о прошлом. В их число автор монографии закономерно и обоснованно включает массовые цифровые коммеморативные практики на следующих коммуникативных аренах: генеалогические сайты, wiki-проекты, краудсорсинговые интернет-платформы, фанфикшн-сайты и т. д.

Создавая исторический контент в ходе совместной деятельности и распространяя его через социальные медиа, интернет-пользователи активно участвуют в интерпретации прошлого, а в историческое знание, которое они производят при помощи цифровых технологий, закладывается мощный мировоззренческий компонент, актуализирующий прошлое в современности. Таким образом, в современном мире «умные толпы» интернет-пользователей выступают значимым социальным агентом медиапамяти. Тогда как сама историческая «реальность, сконструированная «умными толпами», становится им понятной и близкой. Более того, история начинает восприниматься ими не как отвлеченная наука, не имеющая практического значения здесь и сейчас, а как собственный продукт научного творчества» [Артамонов 2023: 104].

Подробно демонстрируется Денисом Артамоновым и роль цифровых технологий и медиа как в создании исторического знания, так и в воспроизведстве представлений о прошлом. На основании исследования практики применения математических и компьютерных методов в изучении истории, от клиометрии до исторической информатики, в монографии делается вывод о появлении новой науки, цифровой истории, под которой понимается не только внедрение в историческую науку цифровых методов исследования, но и появление новой области знания – истории цифрового общества, характеризующейся влиянием информационно-компьютерных технологий на человека. В связи с чем саратовский исследователь справедливо отмечает, что

современные социально-эпистемические «арены» являются продуктом цифровой истории, которая предполагает появление цифровых историков, являющихся ключевыми акторами, вырабатывающими историческое знание» [Артамонов 2023: 84]. В подобном контексте очень уместной выглядит и предлагаемая автором постановка вопроса о разработке специальной цифровой философии истории.

Денис Артамонов справедливо отмечает, что рамках социальной философии, история как проект человеческого общества в философской мысли рассматривалась в метанаarrативах, выдвигавших глобальные историософские концепции, описывающие пути общественного развития и предлагающие различные варианты «смысла» или «конца» исторического прогресса. Однако, кризис формационного и цивилизационного подходов привел к тому, что историки освободились от устаревших методологических установок интерпретации исторического процесса, так и не предложив альтернативных теоретических моделей развития истории. Между тем, как это показано в монографии, макроисторический текст в цифровую эпоху существует как взаимосвязь элементов исторического знания, дающих общее представление об истории только в распределенном состоянии, способном создать лишь общую картину, да и то только через систему гиперссылок. Поскольку, как уместно отмечает автор рецензируемой монографии, в «эпоху постправды общество требует исторических знаний, содержащих в себе элементы сторителлинга, оценочные

суждения, мемы и мифы. Такой контент позволяет быстро объяснить актуальную действительность, то, что происходит здесь и сейчас и требует незамедлительного лечения травм памяти, лечения через высказывание своей личной позиции, внесения своего вклада в коллективный рассказ. Этот тренд демонстрирует массовую интенцию на освоение и приватизацию макроистории, включения ее в переработанном виде в пространство личности и создание собственной субъективной картины исторической реальности» [Артамонов 2023: 76]. Тем самым, современная философия истории просто обязана стать цифровой для того, чтобы охватить огромные объемы информации, создающие исторические метанarrативы, описывающие историю человечества в эпоху «цифры».

Рассматривая проблемы конструирования представлений о прошлом и то, как этот процесс соотносится с трансформацией исторического знания в медиасреде, автор монографии на примере анализа дискурса исторической лженауки показывает, что в цифровом пространстве снимается ставшее традиционным противопоставление истории и медиа. Нельзя не согласиться с мнением Дениса Артамонова о том, что коммуникативная связь исторической науки и медиапространства гораздо глубже простой эманации научных текстов в общественное сознание и их неизбежной дальнейшей вульгаризации. Вместе с тем рост медиатекстов и включенности массовой аудитории в их производство неизбежно влечет за собой определенную депрофессионализацию истории, дискредитацию и умаление функций профессиональных историков. Такие методологические

возможности предоставляет только медиасфера. История как наука представляет собой крайне привлекательный объект для лженаучных построений в медиасфере, что порождает целый корпус новых социально-эпистемологических практик, в рамках которых индивиды не просто «играют в историю», но всякий раз производят новые онтологические статусы событий. Так автор монографии приводит очень показательный пример, связанный с тем, что в настоящее время «наблюдается очередной всплеск интереса к Средневековью, о чём свидетельствует, например, огромная популярность сериала «Игра престолов». Романтизация Средневековья давно стала трендом медиапамяти, захватившим и компьютерные игры» [Артамонов 2023: 143].

Повсеместное вовлечение массовой аудитории в конструирование медиапамяти неизбежно порождает принципиально новое качество мифологизации истории. По мнению автора монографии, цифровой поворот предполагает не только изменение практик исследования социальных мифов, но и трансформацию способов их воспроизведения. Так в сетевых сообществах циркулируют мифологические нарративы, направленные на конструирование и представление коллективной идентичности, героизацию, осмысление повседневной реальности. Мифические конструкты зачастую выступают в качестве основного «строительного материала», формирующего комьюнити. Тогда как участники сетевых сообществ, создавая различный контент, сами становятся творцами мифов в цифровой среде, заимствуя из нее наборы архетипических сюжетов, позволяющих им наиболее

доступно «объяснить» мир и конструировать приемлемую и доходную мифологизированную реальность. В цифровых конструктах, в изобилии создаваемых пользователями, находят специфическое отражение древнейшие архетипические образы, характерные и для современной массовой культуры. Так Денис Артамонов справедливо констатирует тот факт, что сегодня «самым распространенным визуальным образом с текстовым комментарием является интернет-мем, который в современной медиасфере приобретает все большее значение как конструкт и репрезентатор исторической памяти» [Артамонов 2023: 127]. Таким образом, новая мифологизация освобождает коммуникацию масс, позволяя им не только произвольно перекраивать образы прошлого, настоящего и будущего, но и свободно транслировать их собственные версии.

Именно поэтому автор, исследуя особенности бытования медиапамяти в эпоху постправды, подробно рассматривает влияние фейков, интернет-мемов и компьютерных игр на конструирование представлений о прошлом. Следует отметить, что привлечение оригинальных источников для социально-философского анализа Интернет-образов прошлого является одним из сильных мест рецензируемой монографии. В нем фейки позиционированы как «сложная массовая экосистема, в которую включены боты и пользователи социальных сетей, занятые производством и тиражированием «канонически» жанрово оформленного эмоционально окрашенного контента. В этой системерабатываются новые процедуры верификации и

легитимации социального знания, и именно эти новые функции и осуществляют фейки» [Артамонов 2023: 113].

Типичный сетевой фейк на историческую тематику представляет собой фальсификацию исторического факта либо исторического источника в Интернете. На примере нескольких кейсов Денис Артамонов выявляет механизмы возникновения, распространения, а также сценарии влияния фейковой информации на представления о прошлом. Также исторический фейк рассматривается автором монографии как гибридное оружие мемориальных войн, так как его производство одновременно нацелено и на подкрепление собственной исторической ценности, и на разрушение самоидентификации информационного противника. Поскольку, реализуясь «в соответствии с идеологией информационных гибридных войн, исторические фейки становятся мощным оружием войн мемориальных» [Артамонов 2023: 106].

В рецензируемой монографии наглядно продемонстрировано, что в процессе трансформации классического исторического знания в медиапамять большую роль приобретают разнообразные сценарии визуализации истории. Визуальные образы медиапамяти воспринимаются пользователями как технологии воссоздания прошлого в настоящем. Следует согласиться с Денисом Артамоновым в том, что столь характерные для массового общества «постправды» чрезмерно «вольные» «отношения с историей, с событийным прошлым, выражаемые в множественности оценок и интерпретаций исторических событий,

превратили историю в бесконечные «ремейки» самой себя. История стала «собранием мифов», самым ярким симулякром постмодернистского общества симулякров» [Артамонов 2023: 122].

Ярче всего эти процессы сегодня иллюстрируют интернет-мемы на историческую тематику. Они позиционированы в тексте монографии как сложносоставной цифровой продукт творчества интернет-пользователей, использующих его в процессе коммуникации для презентации собственных версий прошлого. Формат интернет-мема позволяет пользователям давать любую интерпретацию событий, проводя аналогии с прошлым с использованием любых исторических образов. Подобные практики, отражающие преимущественно эмоциональное восприятие исторических событий, совершенно закономерно превратились в неотъемлемую часть современной цифровой культуры.

Одним из относительно новых медиийных явлений, рассмотренных в рецензируемой монографии, являются компьютерные игры на историческую тематику. Неуклонно захватывая внимание все большего количества людей, они в определенной мере способны формировать либо изменять нужные производителям и заказчикам подобной продукции представления о прошлом. Компьютерная игра на историческую тему, с точки зрения Дениса Артамонова, представляет собой способ моделирования прошлого, и гарантирует получение ее участниками некоего личного опыта, в то же время связанного с общекультурными и корпоративными моделями медиапамяти. В последнее время исторический материал действительно очень

часто становится основой сюжетов компьютерных игр и несмотря на то, что они обычно рассматриваются как вымышленные, досуговые сценарии формирования медиапамяти, все подобные исторические или околоисторические игры, безусловно, влияют на создание и закрепление специфических представлений о прошлом, даже если игроки и не отдают себе в этом отчета. При этом, «смысловые тренды в развитии исторических игровых жанров не формируются в вакууме: основой для игровых миров становится весь массив всемирной истории и истории разных государств, при этом влияние игры как агента медиапамяти фрагментарно и ограничено личными интересами пользователя. Иначе говоря, под воздействием игровой мифологии находится только тот сегмент исторических представлений индивида, который уже сформировался по другим источникам [Артамонов 2023: 140-141].

Подводя итог нашим рассуждениям, нельзя не отметить, что монография Дениса Артамонова, несмотря на общее крайне благоприятное впечатление, тем не менее, оставляет ряд вопросов, которые в будущем могли бы стать основой развития авторских идей. В первую очередь, поскольку ключевая проблема книги связана с коллективной памятью и сценариями ее медиапредставления, то, по нашему мнению, в ее текст следовало бы ввести анализ авторов, которые посвятили свои исследования концептуализации роли бессознательного в формировании, сохранении и трансляции индивидуального и коллективного опыта. Считаем, что набирающая силу популярность современных цифровых технологий во многом предопределена их

соответствием матрице бессознательных запросов потребителей Интернет-контента. Это в значительной мере обусловлено возникновением новых познавательных установок, поступательно формирующих актуальное «цифровое бессознательное» как закономерное следствие вынужденной адаптации внутреннего мира сознания и памяти в условиях диджитальной революции.

Кроме того, изучая медиапамять как коммуникативный механизм конструирования представлений о прошлом, автор отмечает факт наличия глубинной ностальгии человека, тогда как подобные процессы, в то же самое время, дают возможность удовлетворять и современные запросы человека и общества. Тем не менее, в рассуждениях автора о памяти мы не наблюдаем обращения и к феномену «связи времен», то есть, к темпоральным категориям «настоящее» и «будущее», которые, в такой же мере, как и «прошлое», выступают результатом конструирования, и уже в силу этого, по нашему мнению, их анализ обязательно должен был присутствовать в тексте рецензируемой монографии.

К тому же автор монографии уместно заключает, что «медиапамять подвергает историческое знание определенной селекции, включая в повестку дня актуальную информацию о прошлом, и подвергая забвению то, в чем нет общественной потребности» [Артамонов 2023: 64]. При этом мы не должны забывать, что как сама память является субъективным продуктом, так и во многом и сама история также предстает результатом произвольной или же «заказной», корпоративной субъективизации. Фактически, возникает проблема, что же, в итоге, оказывается

общественно ценным. И каковы в этом случае критерии и механизмы определения этой ценности.

Интерпретируя роль «умных толп» в конструировании медиапамяти, Денис Артамонов утверждает, что «масса людей способна на рациональные социальные действия в реальном мире» [Артамонов 2023: 92], а также что она может «быть чётко организованна для выполнения рациональной задачи и управляема самим участниками» [Артамонов 2023: 93], представляя, тем самым, специфическую технологию социальной организации. То есть, цель существования «умной толпы» состоит в осуществлении социально-значимых трансформаций, в то время как большинство социальных акций, в которых принимает участие современная молодёжь, носит, скорее, развлекательно-досуговый характер, внутренне не связанный с реализацией социально-значимых задач. Принятие этой данности позволяет выявить аутентичные качества этой социальной группы и определить стратегии и технологии работы с нею. В итоге безусловное доминирование досугового элемента в современной медиакультуре освобождает ее агентов от каких бы то ни было цивилизационных и институционально-контролируемых форм социальной ответственности, создавая и бесконечно умножая пространство игры и несерьезности.

И если общество всерьез не задумается об опасности производства «умных толп», то, пожалуй, в один ужасный момент времени, человечество и вправду всерьез может столкнуться с ситуацией, предсказанной более полувека назад Филиппом Диком,

когда «androиды с фальшивой памятью» [Дик 2016] будут вместо людей определять, что когда, как и почему следует делать человечеству, начисто лишенному своей коллективной памяти.

Литература

- Артамонов, Д. С. (2023). *Медиапамять в эпоху цифры*. Саратов: Издательство Саратовского университета.
- Дик, Ф. К. (1992). *Мечтают ли андроиды об электроовцах. Фантастические романы*. Москва: Центрполиграф.
- Дик, Ф. К. (2016). *Мечтают ли андроиды об электроовцах?* Москва: Издательство «Э». Режим доступа: <https://clck.ru/3CmoXb> (дата обращения: 30.05.2024).

Информация об авторах

Некита Андрей Григорьевич – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, культурологии и социологии. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (Россия, 173003, Великий Новгород, ул. Б. Санкт-Петербургская, 41), ORCID: 0000-0002-9254-2901, beresten@mail.ru

Маленко Сергей Анатольевич – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии, культурологии и социологии. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (Россия, 173003, Великий Новгород, ул. Б. Санкт-Петербургская, 41), ORCID: 0000-0003-4828-0171, olenia@mail.ru

WILL THE "SMART CROWDS" OF ANDROIDS REMEMBER ABOUT THE ELECTRIC SHEEP, OR HOW MEDIA MEMORY IS POSSIBLE IN THE ERA OF DIGIT. REVIEW OF THE MONOGRAPH BY DENIS ARTAMONOV

Andrey Nekita, Sergey Malenko

References

- Artamonov, D. S. (2023). *Mediapamiat' v epokhu tsifry* [Media Memory in the Age of Numbers]. Saratov: Saratov University Press. (In Russ.).
- Dik, F. K. (1992). *Mechtaut li androidy ob elektroovtsakh? Fantasticheskie romany* [Do androids dream of electric sheep? Fantasy novels]. Moscow: Centerpoligraph. (In Russ.).

Dik, F. K. (2016). *Mechtaiaut li androidy ob elektroovtsakh? [Do androids dream of electric sheep?]* Moscow: Publishing house "E". Available at: <https://clck.ru/3CmoXb> (accessed: 30.05.2024). (In Russ.).

Author's information

Nekita Andrey Grigorievich – Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Sociology, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41, B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia), ORCID: 0000-0002-9254-1901, beresten@mail.ru

Malenko Sergey Anatolyevich – Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Sociology. Yaroslav-the-Wise Novgorod State University (41, B. St. Petersburg str., Veliky Novgorod, 173003, Russia), ORCID: 0000-0003-4828-0171, olenia@mail.ru

For citation:

Nekita, A. G., & Malenko, S. A. (2024). Will the "smart crowds" of androids remember about the electric sheep, or how media memory is possible in the era of digit. Review of the monograph by Denis Artamonov. *Experience industries. Socio-Cultural Research Technologies (EISCRT)*, 3(8), 378-405. (In Russian). [https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3\(8\)-378-405](https://doi.org/10.34680/EISCRT-2024-3(8)-378-405)

EVENT- ПАНОРАМА

406

«РУССКАЯ МЕЧТА»: ПАТРИОТИЗМ РОССИЙСКИХ ИНДУСТРИЙ ВПЕЧАТЛЕНИЙ НА СТРАЖЕ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ И СОВРЕМЕННОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Общероссийское общественное движение поддержки и реализации социально значимых инициатив и проектов «Русская Мечта», возглавляемое известным писателем Александром Андреевичем Прохановым, регулярно проводит культурные и экспертно-аналитические мероприятия, оказывает информационную и организационную поддержку общественно-значимым проектам почти по всей территории России.



Александр Андреевич Проханов – выдающийся русский советский писатель, публицист, политический и общественный деятель. Член секретариата Союза писателей России, главный редактор газеты «Завтра». Председатель и один из учредителей Изборского клуба. Идеолог Движения «Русская мечта».
<https://rusmechta.ru/wp-content/uploads/2024/03/aleksandr-prohanov.jpg>

В прошлом году ряд проектов от активистов в Новгородской области был включен в «Атлас Русской Мечты» – сотню наиболее значимых общественных проектов России.

В текущем году Движение работает над своим новым проектом в сфере индустрий впечатлений – Общественным художественным советом (Худсоветом). Проект, предложенный и разработанный членом Движения Юрием Поляковым (председателем Национальной ассоциации драматургов), направлен на формирование объективной экспертной оценки идеально-нравственной направленности и художественного уровня произведений современного искусства художественных проектов и творческих акций и мероприятий, которые проходят в нашей стране.

Планируется, что в дальнейшем экспертно-аналитические оценки будут направляться в профильные структуры власти, в соответствующие подразделения Министерства культуры, в творческие объединения, авторам или организаторам оцениваемых артефактов, а также в прессу и общественные организации. В состав Худсовета должны войти ведущие отечественные мастера искусств всех жанров и направлений, искусствоведы, историки, философы, религиозные деятели, независимые журналисты и критики, психологи, педагоги, авторитетные представители общественности. Центральный штаб Худсовета должен будет располагаться в Москве, но будет

возможность создания его региональных представительств на базе региональных отделений «Русской Мечты».



Обложка второго тома «Атласа Русской Мечты» в котором размещена информация об инициативных и просветительских проектах от Новгородской области, идеи и воплощение которых принадлежат авторам

настоящего материала.

https://rusmechta.ru/wp-content/uploads/2023/12/photo_2023-12-28-13.37.31.jpg



Движение «Русская Мечта» создает всероссийский Экспертный совет по культуре. Москва. 25 апреля 2024 года.

<https://rusmechta.ru/news/russkaya-mechta-sozdaet-vserossijskij-ekspertnyj-sovet-po-kulture/>

На данный момент движение «Русская Мечта» уверенно идет к тому, чтобы идея Худсовета была воплощена в жизнь. В Москве и Оренбурге уже прошли мероприятия, посвященные обсуждению концепции Худсовета. В мероприятиях принимали участие ведущие деятели культуры, мнение которых могло разниться по тем или иным вопросам, связанным с Худсоветом, но все они единогласно были уверены в том, что инициатива «Русской Мечты» способна решить многие проблемы в области современного искусства и помочь нашей культуре освободиться от оков западного влияния с целью создания уникального отечественного профиля индустрий впечатлений.

Помимо этого, общероссийское общественное движение «Русская Мечта» старается организовывать множество социально-значимых, патриотических и просветительских проектов, которые целиком можно отнести к современным культурным индустриям.

Патриотический проект «Именем героев»: индустрии исторической и культурной памяти в действии

В качестве нескольких примеров можно отметить проекта «Именем героев» киносъемки которого проходили с 1 по 16 февраля 2024 года в Оренбургской области. Всего за полмесяца работы съемочная группа Медиаобразовательного центра Изборского клуба записала интервью с

пятнадцатью героями проекта – педагогами и преподавателями – участниками СВО. А также с друзьями, близкими и знакомыми героев проекта.

По словам режиссера проекта Андрея Купарева, главный и принципиальный культурно-воспитательный и патриотический итог состоял в том, что за «полмесяца работы в Оренбуржье наша команда узнала о подлинных героях. Об их воли, упорстве и несгибаемости можно слагать легенды. Теперь мы должны донести до молодого поколения историю об их героических подвигах».



На фото слева – режиссёр проекта «Именем Героев» Андрей Купарев, справа – оператор Вадим Симаков. Работа ведется у «Комплекса первого Неплюевского кадетского корпуса» (г. Оренбург, начало февраля 2024 года).

https://izclub.media/wp-content/uploads/2024/04/photo_2024-04-16_13-57-52.jpg

В рамках проекта, реализуемого при поддержке «Президентского фонда культурных инициатив», будет произведено пятнадцать документальных фильмов, посвященных быту и подвигам учителей и педагогов Оренбургской области, принявших участие в Специальной военной операции.

Фильмы будут смонтированы в телевизионном формате продолжительностью по тринадцать минут. Весь цикл фильмов будет представлен на Оренбургском телевидении и доступен для просмотра на сайте Медиа-образовательного центра Изборского клуба. В дальнейшем фильмы о подвигах учителей и педагогов смогут увидеть учащиеся общеобразовательных школ Оренбургской области посредством интерактивных плакатов с дополненной реальностью.

«Звёзды Русского мира»: индустрии впечатлений на страже семьи и традиционных ценностей

Движение «Русская Мечта» не остается в стороне и в плане организации и проведения мероприятий, касающихся культурно-патриотическому продвижению провозглашаемых на уровне Президента и Правительства Российской Федерации идей по пропаганде семьи и традиционных ценностей. Так 9 марта 2024 года активистами «Русской Мечты» был организован и проведен благотворительный концерт, прошедший в стенах Культурного центра «Елизавета Мамонтова» в городе Хотьково Московской области при поддержке АНО «Интеграция».

В качестве яркого и позитивного, духоподъемного примера современных отечественных индустрий впечатлений, несомненно, стоит отметить выступление участников международного культурно-патриотического проекта «Звёзды Русского мира»: Аллы Харабурдиновой,



Фото концерта в Культурном центре «Елизавета Мамонтова» (г. Хотьково, Московская область).
<https://rusmechta.ru/news/russkaya-mechta-posvyatila-koncert-seme-i-tradiczionnym-czennostyam/>

Валерии Янковской, Ангелины Василевской и Екатерины Алексеевой. Также в мероприятии приняли участие артисты Александровского академического хора под руководством Евгении Ивановой и почётный гость мероприятия – председатель Комиссии по культуре татарской региональной национально-культурной автономии Московской области Фаниля Шарифгалиева.

Часть песен Александровского академического хора была посвящена Юрию Гагарину, чье 90-летие пришлось как раз на день проведения концерта. Закончился концерт исполнением песни «Катюша», которую музыканты воодушевленно спели вместе со зрителями.

Фестиваль народных традиций «Богатырская Русь»: древние боевые искусства в арсенале отечественной индустрии впечатлений

Однако в копилке творческих проектов в сфере современных российских индустрий впечатлений, ориентированных не на западную, а как раз на отечественную, традиционную культуру есть не только привычные формы концертной деятельности. Так 12 мая 2024 года Движение «Русская Мечта» при поддержке АНО «Интеграция» провело Третий фестиваль народных традиций, отечественных видов спорта и боевых искусств под звучным названием «Богатырская Русь». Мероприятие состоялось на площадке московского культурно-развлекательного комплекса «Кремль в Измайлово». Проведение фестиваля было приурочено к недавно прошедшему Дню Победы и грядущей годовщине учреждения Движения «Русская Мечта».

В рамках фестиваля состоялся круглый стол «Военно-патриотическое воспитание единоборцев: цели, средства и методы», проходивший под председательством советника Российской союза боевых искусств Сергея Коникова. В работе круглого стола приняли участие известные спортивные функционеры, мастера боевых искусств, тренеры по спортивным

единоборствам, специалисты по боевой и физической подготовке военнослужащих.



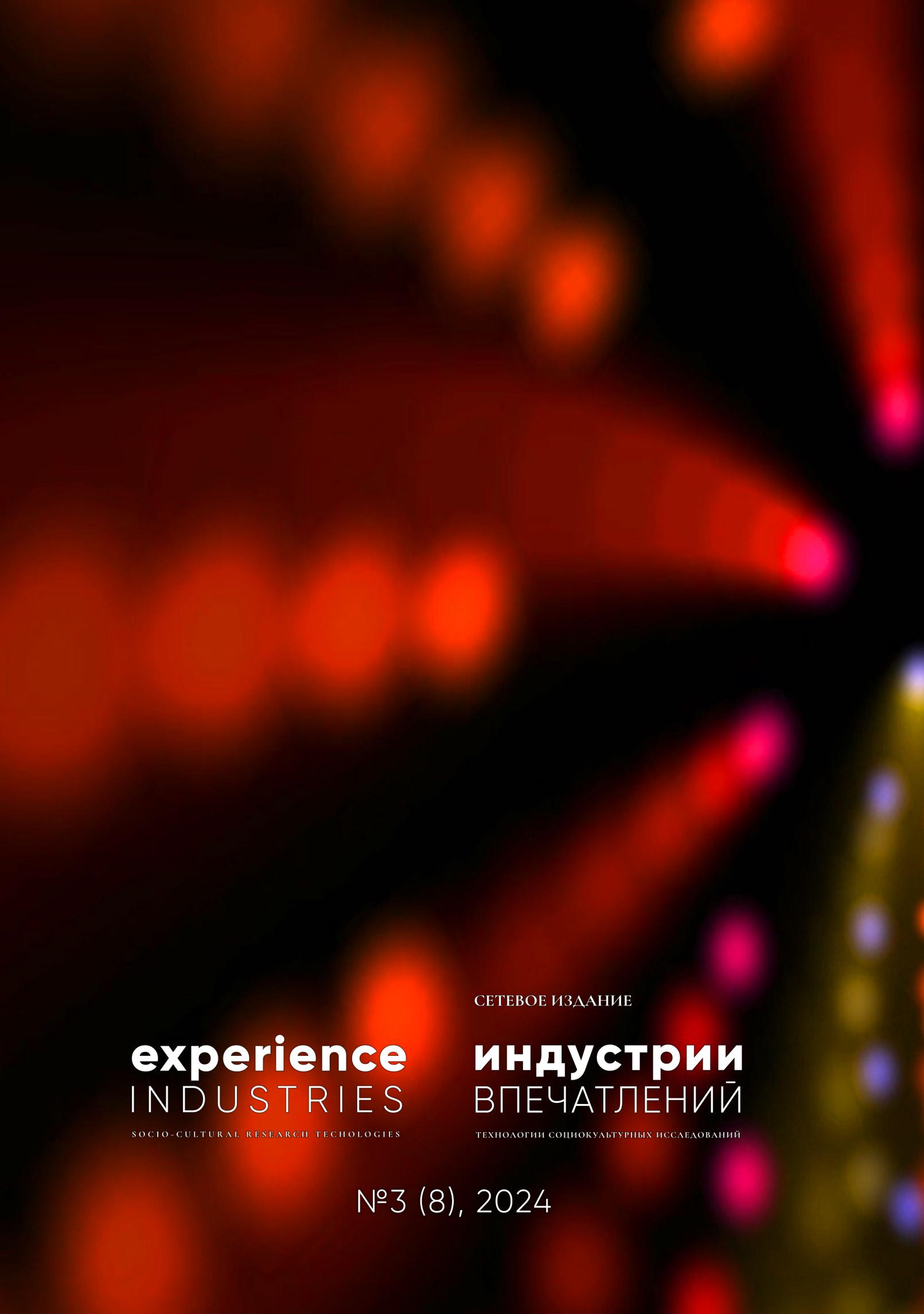
На сцене организаторы фестиваля Богатырская Русь на площадке московского культурно-развлекательного комплекса «Кремль в Измайлово» (г. Москва, 12 мая 2024 года)

<https://rusmechta.ru/news/russkaya-mechta-obsudila-voprosy-patrioticheskogo-vospitaniya-12-05-2024/>

Также на фестивале прошёл ряд других значимых мероприятий в сфере индустрий впечатлений: соревнования по современному мечевому бою, реконструкции богатырских сражений и показательные выступления мастеров кунг-фу и цигун.

Завершился фестиваль патриотическим концертом «Звезд Русского мира» и других творческих коллективов.

Редакционный материал



experience
INDUSTRIES

SOCIO-CULTURAL RESEARCH TECHNOLOGIES

СЕТЕВОЕ ИЗДАНИЕ

индустрии
ВПЕЧАТЛЕНИЙ

ТЕХНОЛОГИИ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

№3 (8), 2024