

Степан Янковский

Житомирский государственный университет имени Ивана Франко
(Украина)

Метафизика желаний или конструирование социокультурного мира в советской популярной культуре

Введение

Констатация феномена популярной культуры связана, прежде всего, с работами Хосе Ортеги-и-Гассета, Макса Хоркхмайера и других мыслителей и ученых, внимание которых было сосредоточено на критике общества массового потребления. Важным в понимании негативных идентификаций культуры популярной (массовой) являются её детерминация „дегуманизацией”, „медиатизацией” и негативными коннотациями, которые заданы оппозициями „популярная (массовая)/элитарная”, „классическая/популярная (массовая)”, „популярная (массовая)/подлинная”.

Массовая культура в отличие от подлинной культуры, которая есть живое внутреннее совершенство человека, его способность к творчеству себя и окружающего мира, — не создает у человека иммунитета против варварства, является лишь тонкой пленкой внешней цивилизованности, которая легко смывается в эпоху социальных потрясений [...].

— утверждает доктор философских наук, профессор Валерий Губин¹.

Показательным является деривация оценочных суждений в направлении пейоративный значений номинации культуры. Например, отрицательные коннотации жанра „мыльных опер” и даже появление нового антропологического типа — „человека, разговаривающего с телевизором”². Вокруг массовой культуры складывается мифология „п-мерности” современного

¹ Д. Губин, *Массовая культура*, [в:] *Философия: Энциклопедический словарь*, Москва 2004, с. 727.

² *Наша Russia*, реж. С. Слепаков, Г. Мартиросян, М. Пежемский, РФ 2006.

человека. На наш взгляд, мифология „п-мерности” позволяет стратифицировать в метакультурных нарративах прекрасного, безобразного, привлекательного, примечательного (т.е. в эстетике, истории искусства, критике творчества) разнообразие трендов субкультур и создать неповторимый образ многослойной социальной реальности, формируя многоуровневый и многослойный социокультурный мир современного человека.

Понимание массовой культуры заключается в том, чтобы вопросы ее художественной ценности были бы „вынесены за скобки”. Это необходимо и по той причине, что оценочная, так сказать, „мерность” является дискриминационной практикой, поскольку её основание представляет не вполне ясная категория „вкус” с негативным императивом в качестве экспликации: „о вкусах не спорят”. Ее составляющие можно проследить до утверждения Протагора о том, что человек является мерой всех вещей, а следовательно, их эстетической ценности тоже. Отсюда же следует проблема иерархии художественного вкуса, разрешимость которой зависит от внеэстетических категорий ответственности и свободы творчества.

В своей современной версии мифология п-мерности воспроизводится в дискурсах „одномерного человека” и „двумерности человеческого существования”. С одной стороны в них утверждается возрастание форм принуждения и отчуждения в современном мире, с другой — предполагается эмансипирующая функция искусства, которое может служить всестороннему творческому развитию человека в мире. Дискурсы „двумерности” являются метафизическими прескрипциями, которые позволяют говорить о детерминации человеческого существования пространством и временем. Предельные значения пространственно-временных связей человеческого существования трансформируются под воздействием духовных практик, способствующих развитию культурного потенциала личностного роста.

Современная мифология п-мерности структурирует жесткую парадигму взаимосвязи творчества и духовности как достаточного основания социокультурного мира. Типизация, составляющая основной механизм формирования социокультурного мира, складывается из воспроизводства стандартов массового потребления во всемирном масштабе, адаптируясь к региональным особенностям. В современном обществе гамбургер, пицца, сэндвич, „Кока-кола”, эспрессо, круассан, картошка фри выражают быстроту, простоту, легкость, яркость, выразительность индустрии повседневного питания. В фильме *Нация фастфуда (Fast Food Nation, 2006, США)* зрителю представляются три основных критерия индустрии массового питания; это быстрота, привлекательность, вред. Недели моды и прет-а-порте, мейкап, ногтевая эстетика — составляющие индустрии красоты, создающие уверенность в неповторимой индивидуальности, гармонии с внешними условиями и способности бросить вызов времени. В фильме *Великая красота (La Grande bellezza, 2013, Италия)* разворачивается драма в эпических простран-

ствах индустрии красоты: фестивальные вечеринки, палаты эстетической хирургии, галереи современного искусства.

Производство и потребление зрелищ, шоу, интервью, ток-шоу, ТВ-конкурсы, музыкальные проекты, блокбастеры, формируют убеждения в многообразии социальной реальности, особенное состояние сопричастности к процессам в культурной жизни. Представляется важным, что в социокультурном мире человек разделяет не только взгляды, мнения, убеждения, людей связывают не только отношения, следует принять во внимание, что основание социокультурного мира современного человека желания, определяемые ритмом и качеством жизни. И киноискусство во множестве своих сегментов, прокатного, телевизионного, DVD составляет важную часть конструирования желанного образа социальной реальности, либо же вовлекают зрителя в бесконечную рефлексия над условиями порождающей ее возможности.

Элементы искусства, как бы расплываясь в структурах повседневности, подобно газу и пыли галактик, образуют многомерный образ социокультурного мира современного человека. В этом отношении важным представляется определение ценностного значения феномена визуального искусства, к которому относиться кино. Поскольку, несомненно, кинематограф, отображая, приближая, отдаляя реальность, искажает ее. Фильм также приспособливает режиссерское видение к языкам зрительской повседневности. Зритель в парадигмах „нравиться/не нравится”, „хочу/не хочу”, „приемлемо/не приемлемо” приписывает произведению ценностное значение, которым произведение изначально не обладает. И столь же важным является понимание привлекательности и необходимости культуры массового кинематографа. Иначе говоря, если использовать пример ТВ, то телевизионная продукция является результатом развития технических средств информации, ее эстетическое содержание зависит от стандартов телерадиовещания, издержки по содержанию технических источников информации определяются не столько экономической выгодой, сколько способностью воздействовать на вкусы аудитории, формируя ее предпочтения. Вероятно, что мифология n-мерности является основным элементом стереотипа о всеисилии информации и всемогуществе рекламы и пропаганды в обществе массового потребления. Для нейтрализации воздействия мифологии n-мерности на феномен популярной (массовой) культуры, вероятно, следует признать, что изучение социокультурного мира современного человека не должно включать характеристик предпочтения, определяемых в рамках иерархии художественного вкуса. Для действительного знания современных социокультурных миров необходимо понимание преимуществ эстетического многообразия вкусов.

Определяющие принадлежность к социокультурному миру преимущества не являются простыми, понятными и приятными очевидностями, благодаря которым человек обретает магическую власть над повседневностью. Например, высокохудожественный вкус возвеличивает своего носителя до

роли «жреца» прекрасного, либо же создатель высокохудожественных произведений обретает статусную роль „творца” или „служителя” красоты. Для понимания эстетической сферы социокультурного мира, как полагаем, следует отказаться от использования ролевых стереотипов, а также инспирированных ими конспирологической интерпретации искусства, которые позволяют определить художественную ценность, к примеру, *Черного квадрата на белом фоне* (1915) заговором искусствоведов, а ценность *Фонтана* (1917) скрытых от неосведомленных зрителей намерений автора.

Отказываясь от дискурса неравноценности художественных произведений, необходимо также принять во внимание, что в восприятии современного социокультурного мира наблюдается постколониальный синдром, т.е. экстраполяция колониальной матрицы „материнское (»метрополия«) — окраинное (»колония«)” на описание социокультурного мира. В этом случае социальная реальность описывается согласно правилам демаркации „свое/чужое”, а культура отождествляется со структурами повседневности. И отслеживание влияния метрополии на уровне повседневности, а также культурная политика как способ преодоления этого влияния становятся основной задачей эпистемологии социокультурного мира.

Поскольку социальным, культурным связям и отношениям принадлежит важная роль в инкорпорации и интериоризации символического пространства власти в сознании человека, то достаточный интерес, как полагаем, представляют идеи, позволяющие осмыслить феномены популярной культуры и массового искусства как горизонт и перспективу современного цивилизационного пространства-времени. Обозначим их в следующих положениях. Отправной точкой является ценностно-исторический анализ социальной функции игры в современном обществе, развиваемый в работах Йохана Хейзинги. Далее, для постановки проблемы воспроизводства эстетической сферы социокультурного мира важную роль играет теория распределения культурного капитала. Она является составляющей социологии Пьера Бурдьё³. В ней изложены подходы к пониманию процессов конструирования символических структур власти в социальном пространстве.

Допущение о том, что распределение культурного капитала поддерживает миф n-мерности человеческого существования, является *гипотезой данного исследования*. В свою очередь, из этого следует, что социокультурный мир характеризуется тождеством структур понимания и структур власти. Структурно оно определяется оппозициями „материального/духовного”, „душевного/рассудочного”, „сокрытого/явного”. Противоположность „плебейского/элитарного или изысканного” вкуса объективирует это тождество.

³ П. Бурдьё, *Vous avez dit „populaire”?*, „Actes de la recherche en sciences sociales” 1983, № 46, с. 98–105.

Таким образом эстетическая сфера социокультурного мира определяется противопоставлением аутентичного вкуса представителей дискриминируемой группы и высокого эстетического „ценителя” (например, женской красоты или народного творчества). Данный феномен социального конструирования Пьер Бурдьё называет „культурным расизмом”⁴.

Чтобы избежать дихотомий и классификаций, которые провоцируют миф п-мерности, цель, которая соответствует гипотезе данного исследования, представить онтологию социокультурного мира. Она является социально-пространственной конфигурацией зеркальной симметрии предпочтений и преимуществ, где каждая из структур является своеобразным „миром зазеркалья” другой. Для характеристики популярной (массовой) культуры важным является ее значение как санкционированной формы сопротивления реальности неравенства преимуществ, закрепленных в иерархии предпочтений. Например, посещение премьерного показа является преимуществом, которое соответствует установке „увидеть фильм в числе первых зрителей”, но быть в числе „первых десятков тысяч зрителей” мировой премьеры не будет равноценным посещению премьерного показа во Дворце фестивалей и конгрессов в Каннах. И в этом отношении, весьма показательным примером является стереотипная оценка ТВ-сериалов или теленовелл как коммерческого развлечения, проявляющего феномен „поп-аутизма”⁵ и девиантных форм поведения. Все-таки, важным представляется то, что ТВ-сериал следует рассматривать комплементарно. Зритель, участвуя в просмотре сериала, открывает возможность дополнить социокультурный мир значимыми для себя образами. И в этом обнаруживает себя тот факт, что ни культура, ни искусство не тождественны реальности. Реалистичность либо натурализм всякий раз — это лишь схема или символ действительности, но никак не сама жизнь. Ведь всякая культура содержит элементы резистентности, сопротивления, действительности, включая способы ее имажинативного преобразования.

Методология исследования

Идея контекстуализации теории игры Й. Хёйзинги была предложена Л. Ди Филиппо⁶. В свою очередь отметим, что возможна не только социально-историческая экспликация теории игры Й. Хёйзинги, но и экстраполяция ее отдельных положений: феномены, которые в момент появления

⁴ Bourdieu Pierre, *Méditations pascalienne*, Paris 1997.

⁵ А. Чукуров, *Культура и девиация: кино-рефлексия (к постановке вопроса)*, „Международный журнал исследований культуры” 2015, № 1, s. 49–54.

⁶ Л. Ди Филиппо, *Contextualiser les théories du jeu de Johan Huizinga et Roger Caillois*, „Questions de communication” 2014 (25), <http://questionsdecommunication.revues.org>.

теоретических построений автора не имели места быть в культуре и искусстве. И, возможно, что Хёйзинга, отмечая ослабевание влияния рационального в современной культуре, выражал свое сожаление, но отмеченная им тенденция с течением времени приобретала все более большее значение. Так отмеченное им явление пуэрилизма (как одного из элементов игры в современной цивилизации) может быть проинтерпретировано не только как детская увлеченность процессом игры, а и как расширение контекстов участия. Как, например, в спортивных шоу болельщик становится соучастником представления, выражая на трибунах эмоциональный накал состязания. Применение концепта пуэрилизм хорошо известно в российской кинокритике, например, для анализа героев Стивена Спилберга — антиномия „пуэрилизм/пуэрофобия”⁷. Термин „пуэрилизм” используется в дискурсах сопоставления „взрослое/детское”. Им подчеркивается особое качество детского, ребяческого отношения к жизни: „неизжитая любовь к приключениям” (Александр Генис)⁸. В таком отношении ТВ-сериал или теленовелла представляют мобилизацию эмоционального потенциала аудитории, побуждающий слушателя сопереживать. В отдельных случаях этот процесс становится неконтролируемым, что подтверждается явлением, когда родители начинают давать имена своим детям, ориентируясь на образы любимых героев.

Характеристической чертой „пуэрилизма” в культурах современной цивилизации является ограниченность влияния рационального на игру. Кроме того, пуэрилизм не является формой зависимости или проявлением ребячливости (мальчишества), а представляет активную форму участия индивида в конструировании символического пространства социальной реальности. Русская версия „пуэрилизма” в некоторой степени противоречит авторской концепции Й. Хёйзинги, который подчеркивал, что пуэрилизм следует разграничивать с проявлениями социальной незрелости и инфантилизма. Возможно, что за пуэрилизмом современной цивилизации обнаруживает себя утопический мотив вечной молодости, которую можно понимать и как „вечную весну” и как „сон Адониса”, и отказ от поиска „смыслообразующей картины мира” (если воспользоваться антитезой „взрослого/подростка” для понимания социальных процессов, как, например, Валерий Зелинский⁹).

⁷ В. Десятов, А. Куляпин, *Творчество Стивена Спилберга*, „Ликбез” 2006 (33), www.lik-bez.ru.

⁸ Д. Волчек, *Красная книга Юнга — опыт русского прочтения*, „Поверх барьеров. Культурный дневник” 2010, www.svoboda.org.

⁹ Д. Волчек, *op. cit.*

Банальность культуры популярной (массовой) или очевидность желания

Если вдуматься, то тезис банальности массовой культуры не является определением ее „дурного вкуса” или своеобразной эстетической неполноценности. Он указывает лишь на тот факт, что массовая культура, в частности, в таком ее проявлении как кино, представляет не только техническое изобретение, но и проникновение техники в социокультурную реальность, обозначив своеобразное схватывание зрительского восприятия. Оно осуществлено не посредством назидания, предсказания, игры коннотаций незримого и очевидного. Как отмечает Вальтер Беньямин, „под гениальным руководством объектива” (обозначая статус технического превосходства) кино умножает человеческое понимание „исследованием банальных ситуаций”, что обеспечивает неожиданное поле свободной деятельности¹⁰. Таким образом изначально кино представляет пространственно-образную игру, в которую включается зритель. Он не является холодным или отвлеченным созерцателем совершенства, подобно тому, как образ Монны Лизы можно рассматривать в качестве некой „завесы”, „покрывала” или даже лучше приоткрытой завесы над фоном совершенной природы. Кинозритель соучастник мира *laterna magica*; каждый режиссер на свой лад старается либо угодить, либо ошеломить зрителя, либо ввести его в собственный художественный мир, либо установить с ним непосредственный контакт. Как утверждает один из классиков киноискусства Ингмар Бергман: „Ни один другой вид искусства не воздействует в такой степени непосредственно на наши чувства, не проникает так глубоко в тайники души, скользая мимо нашего повседневного сознания, как кино”¹¹.

Кино предполагает консенсус неизвестный не только живописи, скульптуре, танцу, но и науке. В каждом кинопроизведении должно иметь место согласие ожиданий зрителя и картин, сконструированных объективом. Это требование порождается разрывом внутри искусства между стилем, определяющим композицию произведения, и образом, включающим произведение в понятный зрителю контекст. Этот разрыв не следует понимать как эпистемологический разрыв. Ведь объектив — инструмент кинотворчества, а реальность мира киногероев не является следствием познания. Его действительность сфокусирована на чувственном восприятии зрителя, его онтология сконструирована объективом камеры, упорядочена искусством монтажа, озвучена и подчиняется замыслу, идее, интуиции, желанию автора. Даже, когда киноавтор стремится уйти в область чистых форм или жизненных констатаций (как, например, Андрей Тарковский или же Ларс

¹⁰ Б. Беньямин, *Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости*, пер. С. Ромашко, Москва 1996, с. 53.

¹¹ И. Бергман, *Исповедальные беседы*, пер. А. Афиногенова, Москва 2010, с. 68.

фон Триер), то все равно обрамлением кинопроизведения является политика и индустрия.

Даже артхауз, т.е. кино, предназначенное для немассовой, узкой, целевой аудитории, являясь способом авторского самовыражения и рефлексии, представляет социально-значимую позицию автора. Например, *Киото, город моей матери* (1991, Нагиса Осима) вовлекает зрителя в размышление месте женщины в японской традиционной культуре. Дерек Джармен в своем фильме *Сад* (1990) превращает зрителя в свидетеля столкновения человеческого стремления к счастью и мечты. Вариации Дэвида Линча на тему «Твин Пикс», одноименные ТВ сериалы 1990–1991 и 2017; фильмы *Твин Пикс: Сквозь огонь* (1992) и *Твин Пикс: Вырезанные сцены* (2014) создает современный эпос социального космоса. Китайский режиссер Чэнь Кайгэ в своем творчестве обращается к конфликту морали и традиции в современном китайском обществе. Камбоджийский режиссер Рити Панх использует выразительные средства кинематографа, чтобы образы детства, которые память должна была поглотить, приобрели зримые изображение в фильме *Исчезнувшее изображение* (2013).

Поэтому феномен кинематографа это не только история становления индустрии массового потребления образов, но и свидетельство противоположности нахождения человека в реальном мире и способов ее переживания. Возможно, что одна из важных функций кинематографа заключается в том, чтобы трансформировать социальную реальность до такой степени, чтобы она была приемлемой для существования человека. В этом смысле показательно творчество Сергея Эйзенштейна. Создав миф штурма Зимнего дворца в октябре 1917 года, он достиг не только магического синтеза политической власти и объектива, но и создал героический образ произошедшего, позволявший отвлечь сознание зрителя от самой возможности задуматься над возможностью оценки допустимости произошедшего события.

В современном обществе ТВ-сериалы являются одной из наиболее распространенных форм искусства банальности, которое также как плакат в живописи, конструктивизм в архитектуре в наибольшей степени соответствует критерию отсутствия излишеств. ТВ-сериалы обладают исключительной привилегией: они позволяют конструировать индивидуальную мифологию. Зритель, проецируя, развернутые во времени истории ТВ-серий открывает возможность имажинативной самореализации, конструирования воображаемой идентичности. Просмотр, как кажется, становится аллегорией социального откровения, суть которого выражают следующие установки массового сознания: „Если »в кино как в жизни«, то это хорошее кино”. И напротив: „Если »в жизни как в кино«, то это необычная жизнь”. Важной составляющей массового сознания в постсоветских странах является ностальгия. Для этой своеобразной матрицы „кино и жизнь” характерным также является феномен канонизации ТВ-серий, вышедших на экраны в советский период.

Важность советского канона в том, что он позволяет создавать иллюзию реальности воспоминаний о советском прошлом, поскольку обращение к историям индивидуального просмотра и артикуляция того, что чувствовалось «тогда» в настоящем времени формирует и подпитывает, вероятно, столь важные для нынешней власти „позитивные настроения”. Содержание этого канона весьма своеобразно. Советские многосерийные притчи (например, *Строговы*, 1976, 559 минут, 8 серий; *Соль Земли*, 1979, 489 минут, 7 серий; *Грядущему веку*, 1985, 349 минут, 5 серий) создают единое повествование, квази-эпос о становлении советской власти на российских землях, закрепляя в массовом сознании стереотип о том, что СССР равнозначно России. И воспоминания о том, что эти сериалы были просмотрены когда-то или кем-то служат своеобразным разделом того что „было когда-то” и „того, что сейчас”. Современную историю зрительского увлечения ТВ-сериями начинают с *Санта-Барбары* (США, 1984–1993, 11 сезонов, 2 137 эпизодов, 42 минуты). И превращение названия этого сериала в символ социального хаоса 1990-х, проявившегося в массовом увлечении его просмотром.

Основу канонизированных ТВ-серий представляют следующие работы: *Семнадцать мгновений весны* (СССР, 1973, 12 частей); *Спрут* (Италия, 1984–2001, 1 сезон, 10 эпизодов по от 200 до 600 минут); *Рабья Изаура* (Бразилия, 1976, 1 сезон, 100 серий, 50 минут). Этот список только основа канона современной массовой культуры, который позволяет создать иллюзию реальности ностальгии по советскому прошлому и ретранслировать ее поколениям, которые родились в период после распада СССР. Безусловно, что этот канон не может и не должен претендовать ни на исчерпанность, ни на окончательность, ни на то, что он отражает нечто большее, чем попытку специфицировать индустрию ТВ-сериалов в пределах тех потребностей, которые следует рассматривать как жизненно необходимые для удовлетворения безусловной потребности индивида в самореализации.

Например, среди творческих вех режиссера Татьяны Лиозновой немало знаковых фильмов, которые отмечены не только успехом у аудитории, но в которых раскрылись творческие таланты звезд кино — Татьяны Дорониной, Ирины Муравьевой, Владислава Тихонова, Юрия Яковлева, Леонида Бронего. Кинотворчество режиссера отмечено признанием в СССР и за рубежом: фильм *Евдокия, Золотое крыло*, фестиваль в Довиле — 1963 г.; фильм *Три тополя на Плющихе* — 1969 г. первая премия на Международном кинофестивале в Мар-дель-Плата; 1976 г. лауреат Государственной премии РСФСР имени братьев Васильевых; 1984 г. — Народная артистка СССР и другие награды. Но фильмы Т. Лиозновой являются, вообще-то, результатом комплексных усилий.

Кинопроизведения представляют комплексную конструкцию, включающую литературный текст в качестве сюжетной первоосновы, музыкальное сопровождение, которое подчеркивает эмоциональное состояние героев. В каче-

стве литературной первоосновы сюжетов своих фильмов автор использовала произведения таких известных писателей как Юлиан Семенов (*Семнадцать мгновений весны*, первая публикация 1970), автор сценария фильма *Три тополя на Плющихе* (1968) Александр Борщаговский написал по собственному рассказу *Три тополя на Шаболовке* (1966). Следует сказать, что кинодебют режиссера связан с постановкой одной из сцен в экранизации романа Александра Фадеева *Молодая гвардия*. Из числа представителей музыкального мира следует отметить сотрудничество режиссера с такими знаковыми авторами советской эстрады, как Александра Пахмутова (песня *Нежность*), Микаэлом Таревердиевым, Иосифом Кабзоном. Следует отметить, что творчество режиссера включало не только кино, но и театральную драматургию.

Но любопытно, что в творчестве Татьяны Лиозновой отсутствуют ярко выраженные пропагандистские мотивы. Свою кинематографическую карьеру она начала помощником режиссёра в 1948 году, выступив стажером классика советского кино, актера, режиссера, драматурга, сценариста, педагога Сергея Герасимова в съёмках фильма *Молодая гвардия* (1948). Всего за кинокарьеру Т. Лиознова руководила созданием 9 картин в период с 1959 по 1986 годы, а также выступила режиссером театральной постановки, сценаристом собственного фильма *Карнавал* (1981), и сыграла саму себя в телевизионном фильме *Новейшая история. Семнадцать мгновений весны 25 лет спустя* (1998).

Свидетельства ее официального признания это звания и награды, среди которых наиболее значимые: Заслуженный деятель искусств РСФСР (1969), Народная артистка РСФСР (1974), Народная артистка СССР (1984), звание лауреата Государственной премии РСФСР братьев Васильевых (1976), многочисленные награды, среди которых „За заслуги перед Отчеством” III степени за большой вклад в развитие российского киноискусства и многолетнюю творческую деятельность.

Признание в кинематографическом мире засвидетельствовано победами на международных кинофестивалях в Довилле (фильм *Им покоряется небо*, 1963) и Мар-дель-Плата (фильм *Три тополя на Плющихе*, 1968); первая премия на Всесоюзном телефестивале в Ереване (фильм *Мы нижеподписавшиеся*, 1981); приз бюро Эстонского рекламфильма на Всесоюзном кинофестивале (фильм *Карнавал*, 1982). На Открытом российском кинофестивале „Кинотавр” (2000) Татьяне Лиозновой был вручен специальный приз Президента РФ „За выдающийся вклад в развитие российского кино”.

Творчество режиссера продолжает оставаться символом одного из наибольших достижений советского телевизионного кино, привлекая зрителя гуманистическим пафосом, мягкостью стиля, элементами иронии, создающими атмосферу характерных для русской сценической культуры душевности, реалистичности исполнения, широты эмоциональной напряженности и коннотаций с традиционными ценностями (любовь, верность, отвага, пре-

данность и др.). Признание зрительской аудитории на протяжении нескольких поколений кинозрителей свидетельствует, что в фильмах Т. Лиозновой проявились характеристические черты советского кино, которое сохраняет влияние на аудиторию.

В социокультурном мире современного человека театр, кино, телевидение образуют иерархию пространств личностной активности, в которых проявляется *духовная жизнь* индивида. Соотношение личностного и индивидуального начал в духовной жизни *советского* человека отображает взаимосвязь коллективного и личностного в жизни человека.

Т. Лиозновой удалось создать культовые образы, ставшие своеобразными ориентирами *духовной жизни* советского человека. В них отразились типические черты желаемого образа действий, поступков, характера человека. В них индивидуальное начало элиминировано. Следует отметить, что в фильмах режиссера зритель может наблюдать как в отдельных поступках и ситуациях проявляются общечеловеческие черты. Парадоксальным для советского кино является доминантность мужских образов. Каноническими для советского визуальных искусств, и кино в том числе, являются маскулинные стереотипы. И образ штандартенфюрера Макс Отто фон Штирлица (в действительности Максима Максимовича Исаева) стал тем образом мужского благоразумия и обаяния, который может характеризовать эпоху *лис* в правящей элите. Это образ разведчика-приспособленца, способного слиться со средой своего обитания разведчика-хамелеона. Он в противоположность мужскому обаянию Джеймса Бонда, а так же грандиознее диверсантов, отравителей, шпионов. Доминанция маскулинных стереотипов в массовой культуре в действительности прикрывает политическую вялость правящих элит, формируя социальный запрос на вождя. Профессиональные успехи Т. Лиозновой во многом связаны с ее умением создать стиль собственного руководства, где ведущая роль принадлежала женщине, в отличие от официально пропагандируемого и охраняемого мира мужчин-руководителей. поэтому женские образы в той или иной степени травестийны.

Фильмы, так телевизионные, как и экранное кино (в советском союзе оно именовалось „художественным”), представляют конечный продукт сотрудничества литераторов, музыкантов, режиссеров, в котором актеры играют функциональную роль, поскольку они подчиняются творческому замыслу режиссера. Зрительский успех *Семнадцати мгновений весны* феноменален. Фильм не только собрал миллионную аудиторию в мире и бывшего СССР, но и перекочевал в фольклор и укоренился в сознании зрителей. В массовой культуре, которая производит постсоветскую идентичность зрителя, фильм обрел статус символа, свидетельствуют и те факты, что он был дублирован на украинский язык (телепреьера 8 и 9 мая 2008 г. на канале iTV), а также колоризирован и цензурирован одновременно (так называемая „цветная версия 2009”).

Сами по себе факты постсоветской идентичности являются лишь фактами, интерпретация которых находится за границами художественной ценности данного произведения. Колоризация повлекла не только модернизацию изображения фильма и диалогов, создав вполне самостоятельный артефакт кино, который скорее является художественным аналогом клонирования и евгеники одновременно, чем демонстрацией возможностей реставраторов. Дубляж, так же как и изъятие ряда диалогов в цветной версии открывает иной, не утопический, а нормативно-регулятивный пласт принуждения, являясь опытом создания официально-санкционированной идеологии зрителя популярного продукта.

Авторы цензурированной версии диалогов пытаются исключить те сюжетные линии, в которых оспаривается бесспорность и несомненность религиозной интерпретации гуманизма. Это когерентно социальным риторикам „возрождения духовности”. А дубляж, в свою очередь, конструирует моноязычную аудиторию. Для советского человека, его принадлежность к государству, так сказать, венчала сублимированные в этнической идентичности онтологические фикции (обычно это биография). И зрители многосерийного фильма *Семнадцать мгновений весны* в образе советского разведчика-шпиона обнаруживала тот достоверный персонаж, который мог восприниматься как действительно советский человек. Он представлялся безотносительно к онтологическим меткам, где он родился, кем он был, он представлял собою чистую форму общественных отношений, в которой имелось место верности Родине и верности собственным чувствам.

Другие составляющие образа: героизм, решительность, чуткость, представляли собою те особенные качества личности, из которых выработывалась схема героизма. Но эта схема была бы безжизненной и отвлеченной, если бы не романическое множество персонажей, каждый из которых являлся частью эпической фрески весны 1945 года. Мир и войны, бездушность аппарата принуждения тайной полиции и разведывательных ведомств создавали, понимание собственной обреченности и следование долгу создавали ту иллюзию действительности, в которой аудитория находила те отсутствующие в советской действительности черты удивительного синтеза героизма и гуманизма. Таким образом, данный фильм погружал советского зрителя в мир зрелых и цветущих людей (в полном понимании греческого *актё*), наделяя безликий исторический процесс человеческим лицом. Сам фильм, отразил всю противоречивость социальной конструкции, созданной советской властью.

Героика многосерийного фильма была наполнена образами национал-социализма, которые воспринимались в шпионском контексте как нечто само собой разумеющееся (общее место). И задача данного кинопроизведения, как и всего советского кино, заключалась в том, чтобы создать приемлемый для советского человека образ тоталитарного режима (поэтому

начальник гестапо был понятен аудитории как образ начальника-начальников в большей степени, чем как человека, возглавлявшего одну из организаций, представители которой совершили преступления против человечества). Но фильм имеет также имплицитное содержание, связанное с тем таинственным пониманием слова „весна”, которое существует в русском языке. И в этом смысле, *Семнадцать мгновений весны* подпитывали ту жажду обновления, которая характеризует эпоху несбывшихся ожиданий „оттепели” и начала той поры увядания, которая привела к политическому краху как коммунистический режим, так и советское государство.

Телевизионное пространство СССР не было закрыто для иностранного кинематографа. В программе советского ТВ иностранные фильмы присутствовали регулярно. Так, например, в 1959 году на советском ТВ были показаны *Девушка в черном* (Греция, 1956), *В солдатском мундире* (Венгрия, 1957), *Алло, Вы ошиблись номером* (Румыния, 1958)¹². Становление телевизионного кино привело к появлению многосерийных фильмов. Первым советским многосерийным фильмом принято считать героическую драму *Вызываем огонь на себя* (1965, 317 минут, 4 серии, премьера в кинопрокате 1969). Одновременно на советских экранах появились многосерийные фильмы из стран социалистического лагеря. Например, в период с 1966 по 1974 год на советские экраны вышли польские сериалы *Четыре танкиста и собака* (премьерный показ в ПНР и СССР состоялся в 1966 году, всего было снято 3 сезона, 1966–1970, 21 серия, продолжительность 55 минут), *Ставка больше, чем жизнь* (выход в ПНР 1968, на советском ТВ показан в 1970, 18 серий продолжительностью 55 минут), *Капитан Сова идет по следу* (выход в ПНР 1965, на советском ТВ демонстрировался в 1973, 8 серий по 28 минут), *Яносик* (выход в ПНР 1974, на советском ТВ показан в 1975, 13 серий по 45 минут, в советском ТВ фильм был показан в 7 сериях). Также следует отметить что, кроме многосерийных фильмов собственного производства и социалистических стран, на советском ТВ демонстрировались фильмы и стран, относящихся к так называемым „капиталистическим” странам. Это были фильмы, предназначенные для детской аудитории, например, избранные серии сериалов *Лэсси* (США, 1954–1973), *Флиппер* (США, 1964–1967), *Сикити* (Австралия, 1966–1970) демонстрировались на советском ТВ на протяжении 1970-х. Также в этот период времени демонстрировались многосерийные экранизации произведений художественной литературы, например, *Семья Тибо* (Франция, 1972–1973), *Сага о Форсайтах* (Объединенное королевство, 1969–1970), *Лунный камень* (Объединенное королевство, 1972), *Блеск и нищета куртизанок* (Франция, 1975); кроме того биографические фильмы *Пуччини* (Италия, 1973). Кроме того, руководство советского ТВ в период с 1967 по 1971 год на базе лидера советской киноинду-

¹² Раззаков Федор (2009), *Гибель советского ТВ*, Москва: Эксмо.

стрии киностудии *Мосфильм* с участием кинокомпаний DEFA (ГДР), Dino De Laurentiis Cinematografica S.P.A. (Италия), PRF-ZF (ПНР), Авала-фильм (СФРЮ) реализовало посвященный завершающему этапу второй мировой войны проект под общим названием *Освобождение* (439 минут на 5 серий).

Переломной для советского ТВ стала вторая половина 1980-х в, когда на смену многосерийным демонстрациям пришли сериальные показы. Это были не многосерийные новеллы и эпические хроники, а истории с разнообразными коллизиями и меняющимися тональностями. Экспансию образов зарубежного производства в символическое пространство начался с теленовеллы, рассказывавшей зрителю о борьбе комиссара итальянской полиции с мафией — *Спрут*. Она получила не только признание зрительской аудитории, но и стала одной из последних легенд советского масскульта. Благодаря ему в повседневную речь знание слова „мафия” обогатилось эмоциональными переживаниями. А имя итальянского полицейского комиссара Коррадо Каттани стал нарицательным. Исполнитель главной роли, Микеле Плачидо, стал секс-символом в бывшем СССР¹³. И, по отношению к сериалу закрепился эпитет „легендарный”¹⁴. Успех сериала в СССР в 1986–1991 году не являлся неожиданным.

Сериал имеет долгую кинематографическую жизнь, его съемки продолжались с марта 1984 по январь 2001 года. Его телевизионная история охватывает период до 2007, когда состоялась его DVD премьера в Португалии. Он известен во всем мире, но основу зрительской аудитории составили европейские страны. Очевидно, полицейский-рыцарь представляет востребованный образ, который восполняет безысходность криминальных новостей вечной темой борьбы добра и зла. Примечательно, что реплики сериала обнаруживаются в спичах Сильвио Берлускони¹⁵, в которых оратор вменяет фильму и ему подобным художественным произведениям, где темой является трагедия борьбы с мафией, ответственность за „подрыв” имиджа Италии в мире. Подобные пассажи свидетельствуют о том, что в современном обществе визуальные искусства составляют единый ряд от баннерной рекламы до кинофильма. В этом отношении, обнаруживает себя стремление власти выглядеть взрослой и современной одновременно, а представления ее носителей рассматривать как образец вкуса. Очевидно, что в подобных обстоятельствах „банальное” позволяет с наименьшими затратами поддерживать зрительский интерес.

¹³ Комиссар Каттани, *Есть вещи страшнее мафии!*, 6 ноября 2010, <http://www.segodnya.ua/life/interview/komiccar-katani-ect-veshchi-ctrashnee-mafii.html>.

¹⁴ Легендарный сериал „Спрут” проходит рефреном в новостных сюжетах памяти Домиано Дамиани, например НТВ [www.ntv.ru/novosti/508776/], Вести [www.vesti.ru/doc.html?id=1050622], ТАСС [itar-tass.com/kultura/574876].

¹⁵ Берлускони хочет задушить автора „Спрута”, „Росбалт”, 29 ноября 2009, <http://www.rosbalt.ru/main/2009/11/29/692825.html>.

Регулярный сериальный показ на советском ТВ начинается с показа истории рабыни Изауры в 1988 году. Советская женщина должна была быть способна, по меньшей мере, на мужские решения. Вероятно поэтому героиня ТВ-сериалов *Рабыни Изауры* — Изаура дус Сантус в исполнении Луселии Сантус, озвученная Надеждой Румянцевой (советский секс-символ начала 1960-х *Девчата* (1961), *Королева бензоколонки* (1963), девушка-подросток), была воспринята советскими зрителями как внутренний голос самих человеческих чувств. Успех бразильского сериала был ошеломляющим; он приходится на конец 1980-х. В общих чертах следует отметить некоторые моменты. На телевизионном рынке латиноамериканские истории и американский меганарратив *Санта Барбара*, который демонстрировался со 2 января 1992 по 17 апреля 2002 гг. обладали исключительным преимуществом в рейтингах зрительской аудитории. Появление последнего ознаменовало начало конкуренции между ТВ-каналами РТР и „Останкино“ за зрительскую аудиторию¹⁶.

Если обратить внимание на культурные реалии современной Украины, то например 22 февраля 2002 года состоялась премьера первого ТВ-сериала *День рождения буржуя* (Украина-РФ, 15 частей, 54 минуты), который ознаменовал появление собственной индустрии многосериальных фильмов на территории экс-СССР. Процесс формирования этой индустрии ставит целый ряд проблем, каждая из которых обладает собственной перспективой разрешимости. Уровень открытости, конкурентности, оценка ее ангажированности, в том числе в механизмы политической манипуляции, а так же реальный уровень коррупции в данной сфере предпринимательской деятельности являются самостоятельными направлениями возможных дискуссий. В конечном итоге, превращение визуального контента ТВ-зрелищ в политический аргумент — все это представляет специфическое направление в социальных дискуссиях о роли и месте телевидения в структурировании социального пространства. Прибыльность индустрии ТВ-сериалов имеет отношение к успешному маркетингу и к способности данного продукта удовлетворять потребность зрительской аудитории.

Пафос критики общества массового потребления уводит от реальной проблемы понимания ситуации человека в мире. Современный человек принадлежит к культуре, способной не только формировать пространство его желаний, но превращать их в продукт, приносящий прибыль. И это не проблема честности/не-честности производителей, духовности/не-духовности потребителей, это лишь соответствие произведения-продукта иерархии предпочтений потребителя. И в „лучшем из миров“ человек хочет видеть себя на вершине, и играть роль верховного существа либо в мире, либо за его пределами.

¹⁶ Комиссар Катани, *op. cit.*

В этих условиях индустрия ТВ-сериалов как элемента популярной культуры является лишь искусством игры с этим детским и бессердечным желанием, чтобы мир был напоминанием человеку о нем самом.

Заключение

Если использовать метафоры пространственной ориентации и видения то культура — скудный пейзаж, он бесплотен, эфемерен и иллюзорен. Но феномен популярной (массовой) культуры, созидая пространство желаний и обаяния, расширяет границы восприятия до безграничной и бесконечной игры воображения. Подменяя лингвистическими проекциями картографические ландшафты, популярная (массовая) культура вводит в заблуждение своей очевидностью, в свою очередь кинематограф — это скромный пейзаж пространства желаний. В нем идеи Судьбы, Подвига, Славы, Справедливости приобретают очертания, оставаясь фикциями. Благодаря им человек может рассматривать себя как член коллектива, сообщества, классовой, этнической группы, объединённых представлениями общности истории, предпочтений, мыслительного опыта, верою в конечную цель собственного существования.

Metaphysics of Desires or Designing of the Sociocultural World in Soviet Popular Culture

Summary

A myth of human in the pop culture was generated by the ideological agenda of sociocultural studies. Thesis on banality, tribalism and routine of mass culture indicates only the fact that the mass culture in such its element as movie too, is not only economic technical invention, but also the penetration of technology into the socio-cultural perception of the reality. The audience perception finds the augmented reality within the piece of screen. The reality out of which is "a ruthless machine intelligence".

**LITERATURA
I KULTURA
XXI
POPULARNA**

**pod redakcją
Anny Gemry**

**WROCŁAW 2015
WYDAWNICTWO UNIwersYTETU WROCŁAWSKIEGO**