

2013

ВЫПУСК 10

**ЭЛЕКТРОННЫЙ
ЖУРНАЛ**

www.discourseanalysis.org

[СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС- АНАЛИЗ]

Интерпретация (мульти)медийных форм дискурса

СОВРЕМЕННЫЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ

Выпуск 10, 2013

Электронный научный журнал

Редакционная коллегия:

Кожемякин Евгений Александрович, д.филос.н., зав. кафедрой коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью НИУ «БелГУ»

Полонский Андрей Васильевич, д.филол.н., проф. кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью НИУ «БелГУ»

Епанова Юлия Валентиновна, к. культурологии, ст.преп. кафедры теории и истории культуры СамГУ

Синельникова Лара Николаевна, д.филол.н., зав. кафедрой русского языкознания и коммуникативных технологий, Луганского национального университета имени Тараса Шевченко (Украина)

Переверзев Егор Викторович, к.филос.н.

Аматов Александр Михайлович, д.филол.н., зав. кафедрой английского языка и методики преподавания НИУ «БелГУ»

Борисов Сергей Николаевич, к.филос.н., зав. кафедрой философии БелГИИК

Оберемко Олег Алексеевич, к.соц.н., с.н.с. Института социологии РАН РФ

Корбут Андрей Михайлович – н.с. Центра фундаментальной социологии ИГИТИ Высшей школы экономики

Тягунова Татьяна Васильевна – университет Галле-Виттенберг (Германия)

**Центр коммуникативных и медийных исследований
«Медиаперспектива»**

Белгородского государственного национального исследовательского университета

Контакты:

e.a.kozhemyakin@gmail.com (Кожемякин Е.А.),

polonskiy@bsu.edu.ru (Полонский А.В.)

Интернет-страница журнала: www.discourseanalysis.org

СОДЕРЖАНИЕ

АНАТОЛИЙ КОРЧИНСКИЙ **МУЛЬТИМЕДИАЛЬНЫЙ ДИСКУРС
СТРАХА** 4

ЯН ТЯЖЛОВ **ЧЕТЫРЕ ЯЗЫКА ОТАРА ИОСЕЛИАНИ**

ДМИТРИЙ МАНОХИН **«ОЛДБОЙ»: СЕМИОЗИС НЕОБАРРОЧНОГО
РИМЕЙКА**

МАРГАРИТА НОВАК **КОНСЮМЕРИСТСКИЙ ДИСКУРС В КИНО И
НА ТВ**

ЕКАТЕРИНА ТУРБИНА **ТРАНСФОРМАЦИЯ КИНОМИФА О
ВАМПИРЕ КАК ИСТОРИЯ ИЗМЕНЕНИЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ
ЗЛА И ОТНОШЕНИЯ К СМЕРТИ**

ЯНА ЯКУБА **МЕДИАТИЗИРОВАННАЯ ИГРА – ВСЁ ЕЩЁ ИГРА?**

АНАТОЛИЙ КОРЧИНСКИЙ

korchinsky@mail.ru

МУЛЬТИМЕДИАЛЬНЫЙ ДИСКУРС СТРАХА

Впервые опубликовано: Медиафилософия V. Способы анализа медиареальности. / Под редакцией В. В. Савчука, М. А. Степанова. – СПб.: Издательство Санкт-Петербургского философского общества. СПб., 2010.

Кино: ужас (как фактор) медиального

Кино с самого начала стремилось исследовать свою (мульти)медиальную природу. Люмьеровский поезд испугал своего первого зрителя не потому, что был слишком правдоподобен, но прежде всего потому, что испытывал на прочность ту невидимую границу, что отделяла белую материю экрана от возникшего на ней живого мира. Чувственное переживание соприкосновения с этой границей и составляет то, что сегодня принято называть «эффектом присутствия» (прим. 1), который не в последнюю очередь связан именно с испугом, шоком, страхом и даже ужасом, внушаемым ожившими картинами тем, кто пришёл в кинозал.

Нет нужды напоминать, что стихия ужасного так же соприродна кинематографу, как и его рефлексия о собственной медиальности. Примеры тому – не только потрясающий «псевдоснафф» 1895 года «Казнь Марии Стюарт» («Execution of Mary, Queen of Scots» или «The Execution of Mary Stuart»), спродюсированный Т.А. Эдисоном и жёстко, без купюр демонстрирующий процедуру обезглавливания прекрасной женщины (прим. 2), и не только тематика и заголовки первых «фильмов ужасов» Жоржа Мельеса (прим. 3). Фильм «Фотографируя призрака» («Photographing a Ghost», 1898) Джорджа Альберта Смита проблематизирует способность новых медиа вступать в магический контакт с иным миром и запечатлеть потусторонних существ. Картина рассказывает о неудавшихся попытках фотографа снять явившегося в его ателье призрака. Фильм не просто излагает курьёзную историю, но побуждает зрителя к размышлению о кино как медиуме, обладающем исключительной способностью схватывать неуловимые и недоступные другим медиа объекты: ведь в фильме мы *видим* призрака, который появляется и исчезает, в то время как аппарат фотографа не в силах запечатлеть его. Возможно, здесь мы сталкиваемся с одной из первых экспликаций интермедиальной конкуренции между кинематографом и «старыми» медиа

(фотографией, картиной, книгой), которая будет разворачиваться на протяжении всего XX века – века кино (прим. 4). Так или иначе, показательно, что в данном случае приоритет киномедиальности связан с её магическим потенциалом.

При этом, думается, эта связь с ужасающим миром мёртвых отнюдь не сводима только к мистификации и страху перед тем или иным медиумом как техническим новшеством. Подобная реакция, разумеется, имела место в истории медиальных средств. Известно, например, что телефону и радио с их способностью «отрывать» голос от его хозяина и переносить на огромные расстояния приписывалась возможность контакта с умершими. Тот же Эдисон даже работал над устройством, которое позволяло бы осуществить подобный контакт. Но и после, в XX веке, когда радио и телефон перестали быть загадочными новинками и стали привычными бытовыми явлениями, мифология, связанная с их магической природой, лишь расширялась и детализировалась. Достаточно упомянуть иницированные в 1959 году певцом Фридрихом Юргенсоном «исследования» так называемого «электронного голосового феномена». Сюда же относится суеверие, сопровождавшее появление фотографии, из которого впоследствии развилась целая индустрия «фотомагии». Последняя исходит из того, что фотография способна улавливать душу/ауру фотографируемого, благодаря чему становится возможным «гомеопатическое» (в смысле Дж. Дж. Фрэзера) магическое воздействие на изображённого на ней человека. Речь, однако, идёт не только о бытовой магии, но о том метафизическом обстоятельстве, что, обретая инобытие на фотографической карточке, человек как бы вступает в область смерти, становится призраком, а потому контакт с медиумом всегда в известной мере сопряжён со страхом. Именно в этом смысле З. Кракауэр и Р. Барт указывали на странные отношения фотографии как специфического медиума со смертью (Кракауэр 1990; Барт 1997: 26-27).

В свете подобных фактов весьма неоднозначная понятийная связь между словами «медиум» в мистико-магическом смысле и «медиа» как обозначением различных средств коммуникации кажется несколько менее случайной, чем это представляется на первый взгляд. Валерий Савчук пишет: «По сути, природа медиа... и медиума едина» (Савчук 2008: 9). По крайней мере, культура активно сближает эти понятия, невзирая на то, существует ли между ними генетическая связь. Впрочем, исследователи, мыслящие медиум антропологически, без колебаний указывают на происхождение медиальных средств из ритуальных практик, обеспечивавших для древнего человека связь с потусторонним. Такова концепция Игоря П. Смирнова, который находит медиальные средства уже в древнейших погребальных обрядах, жертвоприношениях, в метеорологической

магии и т.п. Во всех этих случаях медиально само человеческое тело. Дальнейшее развитие средств коммуникации связано с замещением частей этого тела медиальными орудиями. «Последующие отрезки медиального творчества определяются тем, каким способом тело замещается орудиями, участвующими в коммуникации. Они создаются сравнительно поздно (35000-40000 лет тому назад) и позволяют сформировать универсум искусственных знаков: музыкальных, извлекаемых из флейты; живописных, изготавливаемых с помощью органических и минеральных красителей (пещеры Шове, Ласко, Альтамира)...» (Смирнов 2009). Впоследствии письмо субституирует устную речь, книгопечатание вытесняет письмо и т.д. Развитию медиа сопутствуют два процесса: во-первых, отчуждения и дегуманизации, когда коммуникация становится все менее непосредственной, и, во-вторых, секуляризации, при которой первоначально сугубо потусторонний адресат становится посюсторонним, медиумы перестают связывать человека с трансцендентным. Однако, как пишет Смирнов, «аура окружает медиальность и тогда, когда та выступает в как будто секуляризованном обличье, по той причине, что человек, конструирует ли он самые первые информационные каналы, множит ли он их по ходу времени, одинаково порывается приобщиться Другому всего, неважно, каков статус этого Другого – сверхъестественный он или естественный» (Смирнов 2009). Можно прибавить к этому, что сегодня, в эпоху, казалось бы, максимальной десакрализации медиумов и их почти предельной независимости от человеческого присутствия, парадоксальным образом становится актуальным именно ритуально-магический аспект их функционирования.

Однако современная мистификация медиа суть не столько следствие эзотерического бума, сколько реакция на утрату веры в собственно потустороннее в ее традиционных формах. Современные медиа не отсылают к трансцендентному Другому, но являют собой среду, в которой преломляется самоадресованность человеческого сообщества, его «свое Другое», его «имманентное трансцендентное». Борис Гройс говорит о призрачной медиареальности («субмедиальном пространстве»), чья смутная темнота вынуждает подозревать, что за бестелесными знаками, скользящими по поверхности медиа, скрываются мрачные призраки (Гройс 2006: 72-77). Обратная сторона этой паранойи – мечта о медиально-магическом контакте с другим, дающем ощущение «присутствия» (по Гумбрехту) или «медиа-онтологической истины» и «бесконечности жизни» (по Гройсу).

Медиафобия и медиахоррор

Взросший в последние десятилетия интерес к ужасу медиального, артикулируемый одним из ведущих современных медиумов – кинематографом,

несводим к медиафобии сегодняшнего общества, и к технофобии в целом. Так, последняя вряд ли объясняет то исключительное внимание, которое литераторы и режиссеры 1970-80 годов уделяли силам, таящимся в машинах, окружающих нас, или в технике будущего. Я имею в виду не только произведения в стиле киберпанк, но также – и в особенности – книги, сценарии и фильмы Стивена Кинга, сосредоточенные на осмыслении мистической и часто зловещей изнанки повседневных технических средств. Киберпанк видит в технике не только средство насилия, господства и социального неблагополучия, но и такие качества, как свобода, спонтанность, эмоциональность, катастрофизм, воля к (само)разрушению и творчеству (прим. 5), что вынуждает рассматривать машину как субъекта, равновеликого человеку, или даже как новое божество. Ужас, исходящий от техсредств в произведениях Кинга, исходит изнутри человеческого мира, и с этим «своим другим» возможны взаимоотношения, подобные магическим взаимоотношениям с духами или демонами. Таким образом, речь должна идти не столько о технофобии, сколько о техномагии (прим. 6).

Одним из видов техномагической хоррор-фантастики является то, что я предлагаю обозначить как «медиахоррор». Это – тематическая разновидность фантастических или мистических триллеров и так называемых «фильмов ужасов» (прим. 7), повествующих о сверхъестественных свойствах различных медиа – книг, фотографий, радио, телевидения, компьютеров и информационных сетей, телефонов и мобильных устройств, видео и самого кино. Специфика кинопродукции такого рода заключается в том, что тот или иной медиум фигурирует в сюжете не просто как источник страха, но именно как «медиум» для мистико-магического взаимодействия, как предмет, обретающий сакральный статус.

Традиционный медиум – книга – обычно сочетается с сюжетами традиционного типа. Например, если речь идет о вызывании мертвых, то делается это при помощи «Книги мертвых» («Некрономикона»), описанной в этой функции Говардом Лавкрафтом. Например, такова роль книги в фильмах «Зловещие мертвецы» Сэма Рейми (1981) и «Книга мертвых» Брайана Юзны и др. (1993). Апокалиптические сюжеты фильмов «Чернокнижник» Стива Майнера (1988) и «Девятые врата» Романа Полански (1999) строятся вокруг поисков «сатанинской библии», которая может вызвать Зверя, пришествие коего – один из эпизодов Конца времен. «Девятые врата» интересны тем, что в этой картине успех в ритуале призывания Антихриста целиком зависит не от чтения текста книги (он оказывается вообще неважен) или произносимых заклинаний, но от сохранности и подлинности трех экземпляров книги 17-го века «Девять врат в царство призраков», иллюстрации к которой созданы рукой самого

Сатаны. То есть магическая сила связывается с той частью *печатной* книги, которая не воспроизведена стереотипно, но контагиозно связана с прикосновением самого Дьявола и потому наделена магической силой. Именно поэтому в романе Артуро Переса-Реверте «Клуб Дюма, или Тень Ришелье», по мотивам которого поставлен фильм, из-за утраты одной из гравюр явление Зверя в принципе невозможно. В версии Полански это не удастся лишь сатанисту Болкану, но, вполне вероятно, удастся профессиональному библиофилу Дину Корсо. Так сквозь привычную нам медиальность печатной книги, равнодушную к экземплярности, прорываются древние медиа-магические силы (прим. 8).

Мотив медиального анахронизма, странного «возвращения» более архаичных медиа в контексте использования современных пронизывает медиахорроры. Так, в фильме Хидео Накаты «Звонок» (1998), поставленном по одноименному роману Кодзи Судзуки (прим. 9), ужасные события всецело привязаны к комплексному магическому функционированию современных медиа – телефона, видео и фотографии (прим. 10). Проклятье, которое исходит от убитой собственным отцом девочки-экстрасенса Садако Ямамуры, распространяется строго по законам контактной, контагиозной (по С.А. Токареву) и гомеопатической (имитативной) магии. На человека, посмотревшего видеокассету с записью странных видений девочки, обрушивалось смертельное проклятье: по телефону некий голос сообщал ему, что через семь дней он умрёт. При этом человек уже на эти семь дней становился отчасти призраком, так как его лицо, будучи сфотографированным, деформировалось до неузнаваемости. Любопытно, что призрака Садако невозможно умиловить посредством, например, захоронения останков девочки. Снять проклятие с себя можно лишь передав его другому – сделав копию смертельной кассеты. По сути, кассета здесь выполняет функцию так называемых «писем счастья», получая которые, люди должны переписать их несколько раз и разослать нескольким адресатам, иначе случится беда (прим. 11). Сквозь новый медиум – видеозапись – здесь, таким образом, помимо прочего, проглядывает старый – письмо, контагиозно-магический характер которого очевиден. Точно так же в японской версии «Звонка» телефон замещает архаичный медиум, с помощью которого традиционно и распространяются проклятья, - устное слово, голос. Дело в том, что злое проклятье раздается только в пределах досягаемости голоса призрака – в домике для туристов, построенном на месте колодца с останками невинно убиенной Садако. В американском ремейке фильма Накаты зло уже не носит контактно-магического характера, оно способно отрываться от источника и передаваться по телефонным сетям (прим. 12). Ужасает, таким образом, не новая медиальная

техника, но именно сила прежних медиа, дремлющая в ней, пока она буднично используется нами (прим. 13).

В этом контексте интересно, как актуализируется магическое прошлое медиа и как в орбиту современной медиареальности втягиваются традиционные магические объекты. Например, по сказкам нам хорошо известна магическая природа зеркал, которые выступают воротами в параллельные миры, средствами телепортации, волшебного преобразования и т.д. Осваивая эту тему, современные мистические триллеры («Залятье смерти» Байонг-ки Ана (2004), «Отражения» Ш. Эллиса (2008), «Зеркала» А. Ажа (2008) и др.) напрямую ассоциируют ее с работой современных медиа: в зеркалах можно наблюдать, что происходит в другом месте («Залятье смерти»), они также не являются единичным магическим предметом, но представляют собой своего рода «сеть», подобную телевизионной или компьютерной, через которую осуществляется взаимодействие с весьма разветвленным миром призраков («Зеркала»). Тут, впрочем, можно заметить, что и, скажем, в известной сказке Пушкина зеркальце играло роль визуального средства информации...

Почему смертельно опасные образы медиахорроров нуждаются в контактно-магических свойствах медианосителя, а не воздействуют только посредством воображаемого насилия? С этим связан парадоксальный статус медиаобраза: он не только воспринимается ментально (как собственно визуальный образ и знак), но и присутствует, ощущается физически. В. Савчук со ссылкой на Барбару Беккер пишет: «...Медиа, с одной стороны, препятствуют непосредственному прикосновению (тактильному контакту), а с другой, по-новому провоцируют некую затронутость» (Савчук 2008: 13). В медиахоррорах всегда имеет место материализация воздействия медиума. В тех же «Звонках» призрак убивает не просто появляясь на экране телевизора, но – выходя в реальное пространство, воплощаясь. Кроме того, в сиквеле романа Судзуки под названием «Спираль» и в одноименном фильме, а также в корейском римейке «Звонок: Вирус» выясняется, что речь идёт не просто о проклятье, но о том, что через медианоситель передаётся смертельный вирус, который можно распознать по спирали ДНК. Любопытно, что в американском римейке Гора Вербински фигура девочки, вышедшей из «эфира», хотя и является уже физическим объектом, продолжает «рябить», как плохое видеоизображение. То есть образ балансирует на грани виртуальности и осязаемого присутствия.

Этот принцип замкнутого круга, *circulus vitiosus* (прим. 14), ленты Мебнуса, когда виртуальное событие чревато реальными последствиями и наоборот, чрезвычайно любопытно сочетается в современном кинематографе с темой вирусов. Ведь (сетевой, компьютерный) вирус суть проблема, которая

соединяет информацию и медиум, software и hardware: разрушая файловую систему, он может вывести из строя само устройство. В фильме «Пульс» Киёши Куросавы (2001) и его американском римейке 2006 года, снятом Джимом Сонзеро по сценарию Уэса Крейвена, речь идет о компьютерном вирусе, который распространяется по интернету и мобильным телесистемам и, проникая в мозг пользователей, дестабилизирует их психику настолько, что приводит к эпидемии самоубийств. При этом люди сводят счёты с жизнью из-за того, что их душу и жизненные силы забирает чудовищный демон, являющийся off-line. Здесь, как и в «Звонке», люди смотрят странные видеопослания от уже умерших людей. Интересно, что эти послания нельзя стереть с жёсткого диска. Спасение возможно только за пределами зон физического покрытия сетевых мобильных систем. Здесь, таким образом, сочетается виртуальный характер пугающих образов и материальная укорененность магической энергии в медиальных каналах и устройствах.

В целом можно сказать, что медиаужас связан с *аномальным функционированием медиума* (киберпанковский мотив). Б. Гройс (Гройс 2006: 18) отмечает, что медиум как таковой не может быть дан непосредственно: когда он нормально функционирует, он для нас не существует, мы видим лишь знаки и образы на его поверхности; когда же он не работает, он – всего лишь вещь, а не медиум. Это своеобразное *небытие медиума* и делает его столь загадочным. Именно из этого небытия являются «субмедиальные» призраки, это – щель между мирами внутри самой медиальности. В этом и ее магические потенции. Но медиум может быть проводником маны лишь в том случае, когда прерывается нормальный знаковый обмен, обнажая вещьность, всегда скрытую медиальность. Эта материальность, в свою очередь, делает возможной медиальную магию.

В этом смысле любопытна двойственность зеркала (как прото-медиума) и фотографии в кинематографической культуре. С одной стороны, каноничной является трактовка, согласно которой вампиры и призраки не отражаются в зеркале и не запечатлеваются на фотографии (например, в фильме «Шёпот» (2007) демонический мальчик невидим на фото, когда горе-похитители фотографируют его для получения выкупа). С другой стороны, потусторонние существа могут являться в зеркале или посредством зеркала, а также оставлять следы на фотокарточках. Все зависит от «режима» функционирования медиума: магический режим всегда оборачивается сбоями в работе медиума. В знаменитом фильме «Омен» Ричарда Доннера (1976) фотограф обнаруживает на фотопортретах людей, которым предстоит погибнуть, визуальное предзнаменование их смерти. Аномалия здесь заключается в том, что медиум оказывается втянут во временную петлю: будущее видно уже сейчас. Этот мотив

необычайно продуктивен в медиахоррорах. В «Одном пропущенном звонке» жертвам поступает сообщение о пропущенном звонке с их же сотового телефона, помеченное датой, которая ещё не наступила, а файл автоответчика содержит аудио- или видеозапись предсмертного мига жертвы.

Кроме того, потусторонние силы питают интерес к медиуму, как правило, тогда, когда устройство выключено (в упомянутом «Пульсе» компьютер погибшего героя продолжает рассылать сообщения в чате, будучи выключен из сети) или находится вне обычного режима вещания – например, когда телевизор транслирует так называемый «белый шум». Телевизионная «рябь» в фильмах ужасов сама по себе всегда наделена тревожной суггестией. Но, например, в фильме «Белый шум» Дж. Сакса (2005) она стала предметом специального рассмотрения. Потеряв жену, герой начинает сквозь рябь телевизора слышать и видеть души умерших и на основании этих данных он предвидит катастрофы, которые пытается предупредить. Это не что иное, как «электронный голосовой феномен», о котором мы упоминали выше (прим. 15).

Аномальная активность медиума может проявляться и в том, что транслируемая им информация может быть нанесена на него нефизическим способом. «Фильм в фильме», который герои смотрят в «Звонках», это не просто message, записанный на носитель. Во-первых, фильм записан без помощи камеры (в зеркале, снятом фронтально, не видно камеры; в японском фильме это ничем не объясняется, хотя и делается предположение, что плёнку, конечно, можно специально обработать, что весьма маловероятно, учитывая качество фильма; в американском «Звонке» даётся специальное разъяснение этому: девочка видит галлюцинации, которые немедленно материализуются в виде слайдов-негативов на плёнке: «Я не делаю их... я вижу их... а потом они уже есть»), а это значит, медиа-носители сами реагируют на мощные импульсы сверхъестественных сил, и потому видеоизображение – это не код, а прямая передача страшной реальности. Во-вторых, в американском «Звонке» экспертиза кассеты свидетельствует о том, что видео на ней записано вне стандартной разметки кадров, вне хронометража плёнки, то есть в системе обычного «чтения» видеоизображения устройством. Этого видео как бы нет, что имеет отношение к *circulus vitiosus*, о котором уже говорилось выше.

Интересно, что в сюжетах фильмов ужасов медиумы часто играют зловещую роль, даже будучи лишь косвенными деталями: в подавляющем большинстве триллеров, джиалло и слэперов не работают телефоны и прочие средства связи подводят в нужный момент. Причём в большинстве случаев это вовсе не связано с событиями мистического порядка.

В этом глубочайшее коварство медиа.

Примечания:

1. Буду использовать это словосочетание и в житейском, и в терминологическом смысле, как оно используется Х.У. Гумбрехтом в книге «Производство присутствия», противопоставляющим «присутствие» как ощущение медиально-материального воздействия, которое оказывает на читателя/зрителя произведение искусства, нематериальному «значению», которое считывается нами с медиальной поверхности. См.: Гумбрехт Х.У. Производство присутствия: Чего не может передать значение / Пер. с англ. С. Зенкина. – М.: НЛО, 2006.
2. О глубинной связи кино и насилия писал Фридрих Киттлер, см.: Kittler F. *Drakulas Vermächtnis*. Leipzig, 1993.
3. «Замок дьявола» (*Le manoir du diable*, 1896), «Кабинет Мефистофеля» (*Le cabinet de Méphistophélès*, 1897), «Дьявол в монастыре» (*Le diable au couvent*, 1899), «Четыреста шуток дьявола» (*Le quatre cents farces du diable*, 1906) и др.
4. См. примеры в: Witte G. *Medienskepsis. Zur reflexiven Intermedialität von Literatur in der Moderne // Kultur als Übersetzung*. Würzburg, 1999. S. 167-185; Witte G. *Double Blind. Über Nabokov's Kinoroman // Gedächtnis und Phantasma. Die Welt der Slaven* Sammelbände. Band 13. München, 2001. S. 574-593.
5. Ср. «Снятся ли андроидам электроовцы?» Ф. Дика и фильм Р. Скотта «Бегущий по лезвию»; «Машина различий» Б. Стерлинга и У. Гибсона; а также более массовые версии киберпанка в кино (которые зачастую к нему не относят) - сериалы «Терминатор» и «Матрица».
6. Это понятие с опорой на М. Мосса, связывавшего происхождение техники с магическими практиками, обосновывается в кн.: Григорьева Н.Я. *Anima laborans. Писатель и труд в России 1920-30-х гг.* СПб.: Алетейя, 2005. С. 148-158.
7. Я говорю прежде всего о фильмах, так как считаю, что мультимедиальный дискурс кино разрабатывает данную проблематику более убедительно и своеобразно, чем современная литература.
8. Мотив ужаса, исходящего от таинственных, мифических книг в 1980-х годы был одним из лейтмотивов литературы постмодернизма. В романе «Имя розы» Умберто Эко страницы единственного сохранившегося экземпляра второй книги «Поэтики» Аристотеля пропитаны ядом. В предисловии к «Хазарскому словарю» Милорада Павича сказано, что первое издание этой книги было напечатано с использованием отравленной типографской краски, вследствие чего читатель запрещенной книги умирал.
9. Романы Судзуки породили целый кинематографический «франчайз»: 4 романа самого Судзуки; 4 японских фильма («Звонок», 1998; «Спираль», 1998; «Звонок-2», 1999; «Звонок-0: Рождение»); три части американского «Звонка» (последняя должна выйти на экраны в 2011 году); южнокорейский «Звонок: Вирус», в котором ужасная девочка оказывается гермафродитом. Кроме того, серия вдохновила Такешу Минке на создание фильма-пародии «Один пропущенный звонок» (2003), в котором все три задействованных медиума – телефон, видео и фото – объединены в мобильном телефоне и который на настоящий момент имеет один сиквел и один (американский) римейк.
10. Собственные возможности кино как медиума страха интересно исследованы в

экспериментальном хорроре «Ведьма из Блэр». Фильм выводит кино из обычного положения «над схваткой»: кинокамере (подобно фотоаппарату в фильме Дж.А. Смита) не удастся ни разу запечатлеть ведьму – источник ужаса, а заканчивается фильм с гибелью последнего из трех его операторов. Здесь ставится под сомнение «волшебная» способность кинематографа без ущерба приближаться к сверхъестественному, развенчивается «магия» кино (впрочем, отсутствие на экране образа-источника страха лишь многократно усиливает зрительский страх: «обнажение» киномедиума создает мощнейший «эффект присутствия»).

11. Контактный характер медиамгии тонко пародируется в «Одном пропущенном звонке» Такаши Миике (2003), где смертоносное сообщение рассылается тем, чье имя было в «Контактах» мобильного телефона жертвы.
12. Этот мотив затем используется достаточно широко: в американских версиях фильма, в фильмах серии «Один пропущенный звонок», фильме об инфернальном ребенке «Дело №39» Кристиана Альварта (2009) и т.п.
13. В фильме «Дневники мертвецов» Джорджа Ромеро (2008) таким архаическим медиумом, взрывающим новейшую медиальность интернета с его youtube и проч., становится сам кинематограф, который рассматривается как подлинно апокалиптический медиум бытийного ужаса. Ромеро стремится донести до нас мысль в духе Хайдеггера: само Бытие дается через ужас Ничто, который у Ромеро проявляется как ужас перед зомби как «своим другим» (ср.: Гольинко-Вольфсон Д. Век живых мертвецов: XX столетие глазами зомби. О философии, этике и биополитике зомби // Неприкосновенный запас. 2008, №6). Любопытство же современных масс-медиа к ужасным событиям – суетно, ассоциировано с «забвением бытия» и равносильно насилию по отношению к этому сокровенному «другому». Отсюда «фирменное» ромеровское сочувствие к зомби. Режиссер считает, что на самом деле не они пожирают нас, но мы их «пожираем глазами», культивируя любопытство к визуальному насилию.
14. Интереснейший пример специфической медиальной жестокости кино представляет собой фильм «Замкнутый круг» Джулиано Монтальдо (1978). Во время киносеанса (в момент, когда герой вестерна стреляет как бы в зрительный зал) погибает несколько человек, сидевших на определенном месте в кинозале. Фильм убивает зрителя воображаемой пулей. В «Бесславных ублюдках», римейке фильма Э. Кастеллари 1978 года, Квентин Тарантино «процитировал» картину Монтальдо (впрочем, без фантастической мотивировки события), придав иронически-позитивный смысл кинематографическому насилию: во время просмотра фильма о стрелке-герое гибнет верхушка нацистской партии...
15. Пионерской работой в осмыслении ЭГФ стал фильм «Радиоволна» Грегори Хоблита (2000), картина, не имеющая отношения к хоррорам, но также построенная на принципе временной петли: в ней сын разговаривает со своим отцом, на тридцать лет удаленном от него во времени, и вместе они пытаются повлиять на ход событий (избежать смерти отца, матери, предотвратить убийства, совершаемые серийным маньяком). Старая пожарная радиостанция отца становится тут чем-то средним между магическим медиумом и машиной времени. Показательно, однако, что такой радиоконтакт становится возможным лишь благодаря аномальной активности солнца и вызванным ею «северным сиянием».

Список литературы

- Kracauer S.* Die Photographie // *Kracauer S. Schriften. Bd. 5.2 (Aufsätze 1927-1931).*
Hrsg. von I. Müller-Bach. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1990.
- Барт Р.* Camera lucida. - М.: AdMarginem, 1997.
- Савчук В.В.* Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия.
Основные проблемы и понятия. / Под редакцией В.В. Савчука. - СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2008.
- Смирнов И.П.* Логоматерия, или О соотношении дискурса и гламура // Человек.RU.
Гуманитарный альманах. 2009. Режим доступа:
<http://antropolog.ru/doc/persons/smirnovigor/smirnovigor9>. - свободный.
- Гройс Б.* Под подозрением. - М.: ХЖ, 2006.

ЯН ТЯЖЛОВ

yandzho@yandex.ru

ЧЕТЫРЕ ЯЗЫКА ОТАРА ИОСЕЛИАНИ

Распространено мнение, что стиль художника детерминирован социокультурным контекстом, что ограничения, встречающиеся на творческом пути, влияют на язык и эстетику автора. С этим сложно не согласиться и когда мы говорим о кино. Безусловно, контекст (социокультурный, технический, экономический, исторический) влияет на стилистику и риторику отдельных режиссёров и на кинопроцесс в целом. Часто можно слышать, что кино в нашей стране развивалось вопреки «системе», что режиссёры были вынуждены приспособляться к существующим условиям кинопроизводства, цензуре и идеологии. С другой стороны, именно советское кино, как это ни парадоксально, знают за рубежом как авангардное и интеллектуальное, киноведы и кинокритики высоко оценивают достижения советского монтажного кино, «русской новой волны» или, как принято характеризовать этот период в нашей стране, «кино оттепели».

Так вышло, что, например, у французов сложилось приватное, хотя и лестное нам впечатление о русском кино как о кино исключительно высоком, интеллектуальном, диссидентском, авангардном в отношении киноязыка. Русское кино во Франции – это кино Вертова, Эйзенштейна, Тарковского, Параджанова, Кончаловского, Калатозова, Сокурова, Иоселиани и др. Причиной тому тот самый пресловутый железный занавес. Русское кино во Франции – это «авторское» кино, поддержанное Каннским фестивалем, организаторы которого, часто без оглядки на советское руководство, показывали запрещённые в самом Союзе ленты. Именно поэтому советское зрительское кино, которое на родине пользовалось большой популярностью, во Франции практически не знают, его там попросту не видели. На родине наоборот: часто не видели признанных за рубежом лент, потому что их попросту клали на полку или вовсе «смывали» плёнку.

Мы обратимся к работам Отара Давидовича Иоселиани, символизирующим собой одновременно три культуры. Отар Иоселиани родился в Тбилиси, тогда, в 1934 году, ещё Тифлисе, в 1964 году окончил режиссёрский факультет ВГИКа (мастерская А. П. Довженко), в 1984 году эмигрировал во Францию, где и работает сегодня.

Творческому пути знаменитого режиссёра посвящено огромное количество исследований. Однако большинство из них сводятся к изучению системы образов и исторического контекста. Исследователи членят творчество режиссёра на два отрезка – до и после эмиграции, говоря о «нашем» и «другом» Иоселиани. Но так ли сильно «Певчий дрозд» отличен от «Шантрапы»? Безусловно, можно обратиться к биографическим параллелям и культурным коннотациям, скрупулёзно и со знанием дела анализировать психологию героев, мотивы, ими движущие, и найти-таки ключ к разгадке Отара Иоселиани. Но мы не станем подробно интерпретировать литературную основу, анализировать образы героев. Наши рассуждения будут строиться вокруг языковых элементов, используемых режиссёром в ранних лентах и картинах снятых в эмиграции. Изучив репертуар элементов киноязыка и способы комбинирования этих элементов в творчестве Отара Иоселиани, мы попытаемся выявить идиолект в языке режиссёра и, возможно, выделить гомогенные модели, являющиеся основой его стилистики. Безусловно, и некоторые наши параллели будут до известной степени вольны и спорны, однако, оставаясь преимущественно в русле анализа киноязыка, мы надеемся достичь приемлемой степени объективности в своей работе. Ведь именно код является тем наиболее устойчивым пластом, который позволяет увидеть эволюцию в творчестве художника.

Далее мы остановимся на анализе трёх картин Иоселиани: «Пасторали» (1976), ленте не знаковой, но служащей своеобразным водоразделом на творческом пути режиссёра, картине «Истина в вине» (1999), напротив, ставшей началом новой трилогии и «Шантрапа» - во многом автобиографической ленте.

Пастораль, 1976.

Большинству картин Отара Иоселиани свойственна притчевость, обнаруживающаяся в элементарности сюжета, аллегоричности, порой нескрываемом дидактизме, и, безусловно, специфической поэтике, глубоко индивидуальной, с одной стороны, и одновременно тяготеющей к стилистике итальянского неореализма 1940-50-х – с другой.

Так, ощущается близость «Пасторали» и фильма Лукиано Висконти «Рокко и его братья» (1960), который, сильно отличаясь от каноничных фильмов итальянского неореализма («Рим, открытый город», реж. Роберто Росселини, 1945, «Похитители велосипедов», реж. Витторио де Сика, 1948), всё же сохраняет некоторые элементы эстетики, им свойственные. Заметим здесь, что итальянский неореализм в целом оказал немалое влияние на советский кинематограф 1960-х.

Марлен Хуциев так говорит о «Похитителях велосипедов»: «Меня

настолько потрясла картина, что несколько дней преследовала мелодия Нино Роты, звучавшая в фильме. Ведь что мы тогда смотрели? Те самые восемь фильмов в год — малокартинье. «Похитители велосипедов» словно вернули нас к нашему кинематографу 20-30-х годов. Так что утверждение, что неореализм родился под влиянием нашего кино, достаточно справедливо. Хотя, наверняка, в его становлении сыграло роль и французское довоенное кино» (http://kinoart.ru/ru/?option=com_content&view=article&id=1567).

Как и фильмам итальянского неореализма, картинам Иоселиани (как ранним, так и снятым в эмиграции) свойственны: натурные съёмки (вне павильона), естественное освещение, стремящееся к достоверному изображению жизни различных социальных слоёв, порой маргиналов, отсутствие в привычном смысле центральных персонажей, максимально нейтральная изобразительная манера, порой тяготеющая к документальной. Напомним, что первая полнометражная картина режиссёра «Листопад» (1966) как раз начинается документальными кадрами сбора винограда.

Монохромный кадр «Пасторали» отличается высоким контрастом света и тени. Иоселиани предпочитает членить кинематографическое пространство при помощи средних и общих планов, избегая крупных и дальних. «Крупный план — позор в кино». — говорит режиссёр в одном из интервью. — «У меня его нет. Крупный план — это уже история об актёре, о данном конкретном человеке».

Иоселиани нередко предпочитает прямой угол в горизонтальной плоскости относительно изображаемого объекта, часто размещая камеру на уровне глаз персонажей, как это делал японский режиссёр Ясудзиро Одзу.

Движения камеры ограничены панорамированием. Иногда оператор Абесалом Майсурадзе, постоянно работавший с Иоселиани на протяжении всего советского периода, прибегает к ручной съёмке, но это скорее исключение из общего правила.

«Кино должно быть понятно без слов. Потому что это цирк. Мне нужны только музыка и действия: жесты, взгляды, перемещения людей по отношению друг к другу, по отношению к камере». Именно на этом акцентирует своё внимание Иоселиани.

Камера словно наблюдает за жителями мегрельской деревушки и музыкантами, убежавшими от городской суеты. Но не тут-то было. Жизнь в деревне кипит, так же как и в городе, лишь в других декорациях.

Истина в вине, 1999.

Оригинальное название фильма в переводе с французского - «Прощай, земная твердь!». Монотонный, с грузинским акцентом, голос режиссёра звучит

за кадром. Иоселиани самостоятельно переводит фильм на русский язык, что свойственно отечественным режиссёрам, работающим за рубежом. Так же, например, поступает Александр Сокуров, читая за кадром текст тихо и монотонно, не расставляя ударений и не вторя интонации персонажей.

Большинство фильмов французского периода Иоселиани сняты кинооператором Вильяма Любчански. Сотрудничество Иоселиани и именитого французского оператора началось в 1992 году на съёмочной площадке «Охоты на бабочек». К этому моменту Любчански снял 7 картин для Жана-Люка Годара, работал с французскими «звёздами» «авторского кино»: Жаком Риветтом, Жаном-Мари Штраубом, Филиппом Гаррелем, Франсуа Трюффо, Марко Феррери. Эти имена говорят о многом. Работа с такими авторами, контролирующими процесс создания фильма на всех его этапах, требует от оператора способности чётко реагировать на поставленную режиссёром задачу, дабы точно «экспонировать» его умозрительную модель на прихотливую киноплёнку. При помощи Вильяма Любчански Иоселиани снял 5 картин.

Замкнутые пространства комнат, лестничных пролётов, ресторанов. Интимность в кадре сохраняется даже на шумных городских улицах.

Иоселиани (здесь и далее подразумевая исполнение Вильяма Любчански) не использует широкоугольных объективов, предпочитая тот, что зовётся нормальным, с фокусным расстоянием, приблизительно равным диагонали кадра, восприятие перспективы которого наиболее близко к восприятию перспективы посредством человеческого глаза. Так, Ясудзиро Одзу использовал в своей работе исключительно пятидесятимиллиметровый объектив.

Как и в ранних фильмах, снятых на грузинской киностудии, Иоселиани не использует сложных тревеллингов, ограничиваясь использованием трансфокатора и панорамированием. Это ещё одно сходство с фильмами Одзу. Ограниченное движение камеры позволяет более детально разработать кадр. Обилие атрибутики, встроенной в глубинную композицию, подчёркивается неизменно высокой глубиной резко изображаемого пространства. Иоселиани, как и Одзу, занимает позицию наблюдателя, используя в основном общий (ростовой) план, что, к слову, позволяет ему избегать пресловутых «восьмёрок» (дежурный способ построения диалогов в кино, при котором чередуются крупные планы взаимодействующих персонажей). В то же время остро чувствуются рамки кадра, открывающая субъективность наблюдателя (тяготение к эстетике французской «новой волны»). Такой кадр в сочетании с ростовым (а не дальним) планом не вмещает большого количества персонажей, но даже в нем Иоселиани стремится сохранить «воздух», населяя персонажами лишь половину или даже треть внутрикадрового пространства, словно предоставляя

возможность декорациям участвовать в мизансцене. Скупые движения камеры с лихвой компенсируются движениями внутри кадра (реют флаги, плещется вода канала, по бесконечному кругу суетливо ползают игрушечные поезда, в отражении витрины проносятся автомобили).

Порой изображение кажется двухмерным, замкнутым. В тесноте средних и общих планов все дробится на части: вертолёт, яхты, дома. Порой персонажам в прямом смысле приходится протискиваться в предметном изобилии, смотреть под ноги, чтобы не оступиться о разбросанные ребёнком игрушки. «Осторожно, свежая краска...», - Но предупреждение не было услышано героиней, спешащей на деловую встречу, - «Боже мой, все равно испачкалась». Арки, каналы, узкие улицы, тесные кафе. Иногда появляются дополнительные ограничения внутрикадрового пространства - дверной проем, оконная рама. Создаётся впечатление суеты, возни, нагромождения, но теснота кадра не делает персонажей ближе друг другу, в этой тесноте им приходится уживаться, словно аквариумным рыбкам. Как Микеланджело Антониони и Ингмар Бергман Отар Иоселиани развивает тему некоммуникабельности, нарушения межличностных связей (Рис. 1).



Рис. 1 «Истина в вине», 1999.

Иоселиани использует ритмичный, но словно вынужденный монтаж, склеивая мизансцену за мизансценой, его эпизод часто равняется плану.

Цветовая стилистика Иоселиани достаточно прямолинейна. Работа режиссёра с цветом порой напоминает то ли изыски Годара в «Китайке», то ли Антониони в «Красной пустыне», а может быть манеру Параджанова в «Цвете

граната». Или все того же Одзу, с которым возникает подозрительно много параллелей? Возможно это влияние Эрика Ромера или французского кинодвижения *Cinéma du look*? Иоселиани начал работать с цветом довольно поздно. Режиссёр вбрасывает в геометрически выстроенный кадр несколько ярких, чистых цветовых пятен – синий, красный, жёлтый, белый. Эту манеру работы с палитрой Иоселиани использует уже в первом своём цветовом фильме «Фавориты луны»(1984г.), где доминируют яркие крупные мазки оттенков синего. Ростовый план, композиция и неяркая, но насыщенная, контрастная палитра напоминает работы грузинского художника Нико Пиросмани (Рис. 2).



Рис. 2. «Лустовад», 1966.

Большинство центральных персонажей фильма «Истина в вине» – эмигранты. Они живут в чужой стране. Говоря по-французски, они так и не становятся французами. Они приспособляются, пытаются жить лучше или сохранить привычный образ жизни. Но в итоге они пытаются казаться теми, кем не являются.

Главный герой – молодой француз Пьер из аристократической семьи грузинских эмигрантов. Стыдясь своей голубой крови и богатства, он, безудержный романтик, («и жить торопится и чувствовать спешит») работает посудомойщиком в традиционном французском ресторанчике и водит дружбу с

«шантрапой». Герой страдает от неразделённой любви к дочери хозяина бара, за которой довольно успешно ухаживает разодетый в дорогой костюм нищий эмигрант, ищущий выгодной партии для женитьбы, – зеркальное отражение самого героя.

Отца Пьера – старого грузина, «святого пропойцу», держат взаперти в его собственном кабинете. Его играет сам Иоселиани. Он мало говорит – больше пьёт, палит из двустволки по бутылкам и поёт. С его лица не сходит ироничная улыбка.

Пьеру есть чего стыдиться. Его мать устраивает званые вечера, расхаживая, словно цапля, между гостей с такими же анималистическими повадками. Ее сопровождает такая же цапля, только настоящая. Перед цаплей открываются двери. Цапля – центр внимания гостей этого дома. Цапля пользуется успехом. Никому не интересен человек в кабинете. Трюки и показуха интересуют собравшихся гораздо больше. Отец Пьера, снедаемый ностальгией, не выдерживает лицемерия, от которого он не может укрыться даже в своей импровизированной тюрьме, и уходит в море на хлипком судёнышке.

Пьера постигает рок. Он попадает в тюрьму – за что боролся, на то и напоролся. Выйдя из тюрьмы, он порывает с шантрапой и запирается в отцовском кабинете, где все так же поезда бегут по кругу.

Казалось бы, все изменилось за то время, что Пьер провёл в тюрьме. Вот и ресторанчик в старых традициях превращается в интернет-кафе. И прошлая возлюбленная уже качает в коляске ребёнка того самого эмигранта. Но все изменения лишь иллюзия. Все заканчивается так же, как и началось – девочкой, играющей с поездами. Она ничуть не выросла с того самого первого кадра (Некоторое несогласование времён характерно для картин Иоселиани). А одинокий белый парус тем временем покачивается на морских волнах. Он не стремится к горизонту, которого нет в рамках кадра. Он стремится затеряться в бесконечной синеве, превращаясь в точку, которая служит одновременно и точкой выхода из кинореальности.

Шантрапа, 2010.

«Шантрапа» – это последняя на сегодняшний день, во многом автобиографичная работа Отара Иоселиани. Жаждавшего творческой свободы молодого грузинского режиссёра неожиданно выпускают из закрытой страны, где его работы не соответствуют идеологическим стандартам и не показывают публике.

В первом же эпизоде мы видим кадры из студенческой картины Иоселиани «Цветы». Крупный план повторяется несколько раз: металлический плуг систематично срезает цветы, затем земля закатывается в асфальт, – молодой

режиссёр показывает своим друзьям «бунтарский» отрывок из будущего фильма. Плут в соответствующем контексте представляет собой режим подавления, срезающий на корню все самое прекрасное. Друзья безошибочно интерпретируют визуальную метафору, построенную в соответствии с традициями советского монтажного кино.

Кинориторика Отара Иоселиани мало меняется за долгие годы. Повтор, параллелизм, противопоставление навсегда становятся ключевыми инструментами в работе режиссёра. Так, интерьеры в доме главного героя напоминают декорации в снимаемом им фильме; эти декорации затем разбираются, как и декорации, созданные к посещению «советскими» чиновниками «французской» квартиры героя. Заседание «советского» цензурного совета напоминает обсуждение фильма «французскими» продюсерами. Герои, еще будучи детьми, идут по просёлочной дороге, - наплыв, эллипс (без изменения плана и ракурса) - герои уже взрослые в тех же натуральных декорациях.

Мотивы упадка, ностальгии, потери корней, забывания традиций, размывания культуры и в этой работе воплощены все с той же лиричной иронией, что и в монохромной трилогии шестидесятых.

Для создания ностальгической атмосферы Иоселиани работает с атрибутикой внутри кадра (винтажные кожаные кресла, папиросы, фотоувеличители, кинопроекторы), декорациями и натурой (старые улицы Тбилиси), соответствующим образом использует свет, цвет и музыкальное оформление (грузинские и советские песни). Окружающий героев мир выразителен, наполнен символикой. Иоселиани обращает внимание на положение вещей в пространстве, их фактуру, цвет, освещение, взаимодействие с ними персонажей. Свойственный Иоселиани статичный общий план насыщен действием, моторикой, пластикой.

На иллюстрации кадр из короткого эпизода (Рис. 3). Крыльцо увитого плющом дома. При помощи резной двери и нитки бабушка помогает внучке выдернуть молочный зуб. На переднем плане старинное кресло, обитое тиснёной кожей. Казалось бы, его место не на клумбе, а в музее или антикварной лавке. В кадре появляются дети. Ребята тащат тяжёлый фотоувеличитель. Это даёт им право бесцеремонно использовать ноги в обращении с дверью. За ними спешит девочка. Поставив коробку с проявочными принадлежностями на землю, она снимает с плеча рюкзак и бросает его на старинное кресло, вводя тем самым и его в сферу «подручного». Стул перестаёт быть исключительно декорацией, свето-цветовым пятном или диковиной бутафорией, он выходит из состояния покоя. У него появляется принадлежность, история. Стул становится служебной, прикладной вещью. В

своей работе «Исток художественного творения» Мартин Хайдеггер пишет: «...вещи человеческого употребления - это самые близкие к нам, это собственно вещи». Иоселиани часто акцентирует внимание на небрежном отношении к вещам, часто к дорогим вещам. Эта небрежность не является неаккуратностью, это небрежность взаимодействия с вещами, постоянного контакта со знакомым предметным миром. В этой небрежности отторжение коллекционирования, каталогизации, пассивного обладания, жадности.



Рис. 3 «Шантрапа», 2010.

И снова перед зрителем череда словно подсмотренных, эпизодов, бытовых подробностей: сюжет не развит, цели персонажей, мотивы их поступков не актуализированы (отсутствие прямых конфликтов - несомненное влияние итальянского кино 1960-х). Здесь нет ни макгаффина, которого жаждут герои, ни загадочного убийства, вокруг разгадки которого разворачивался бы сюжет. При этом ритм фильма все также напоминает кардиограмму или национальную песню со свойственными ее ритму протяжностью и повторами: без всплесков драматизма (даже когда этого следовало бы ожидать), без традиционной завязки, перипетий и кульминации.

Неоднозначный, метафорический, цитатный финал (герой уплывает в пучину с русалкой) свойствен стилю Иоселиани.

Возможно, читателям будет интересно узнать, что Отар Иоселиани несколько раз приглашал на съёмочную площадку Александра Моисеевича Пятигорского. Так, философ, семиотик и востоковед снялся в роли махараджи в фильме Иоселиани «Охота на бабочек» (1992), принял участие в съёмках «Шантрапы».

Отару Иоселиани никогда не приходилось извиняться за свой французский. И на родине, и в эмиграции он говорит на языке кино – языке понятном без слов. Иоселиани и за железным занавесом, и в либеральной Франции снимает один и тот же фильм – не принадлежащий национальности фильм о кино и зрителе. Его «певчий дрозд» поёт ту же грустную и одновременно жизнеутверждающую грузинскую песню. Его стилистика практически не меняется со временем: все тот же неторопливый монтаж, те же минималистичные созерцательные движения камеры, внимание к атрибутике, притчевость изложения, отсутствие центра в повествовании, константы характеров. Единственная уступка времени, но вряд ли месту, которую делает Иоселиани – цвет. И все равно, даже работая с цветом, Иоселиани, остаётся в традиции 1970-х. При такой языковой консервативности картины режиссёра могут показаться архаичными, но возможно это и есть самоцель автора. Актуальность работ режиссёра подтверждается неизменным к ним вниманием крупнейших европейских кинофестивалей. И действительно, стоит ли менять рецепт хорошего вина?

ДМИТРИЙ МАНОХИНmanokhin@bsu.edu.ru**«ОЛДБОЙ»: СЕМИОЗИС НЕОБАРОЧНОГО РИМЕЙКА**

В работе «Иновация и повторение: между эстетикой модерна и постмодерна» У. Эко (Есо 1994) вслед за своими итальянскими коллегами использует термин «необарокко». Этот термин появляется в контексте рассуждения о постмодернистском решении проблемы соотношения новизны и порядка в структуре эстетического сообщения. Модернистская теория ассоциирует эстетический семиозис с нарушением кода, которое провоцирует интерпретатора на смещение акцента с «содержания» сообщения на его «форму». Эстетическая ценность заключается в новизне/оригинальности кода, установить которую способен лишь рефлексирующий интерпретатор, представленный в виде идеального «читателя», конгениального отправителю сообщения. Постмодернистская концепция строится на осмыслении опыта массовой культуры, для которой ценность представляет опора новых сообщений на установленные схемы/коды. Эти схемы, тем не менее, допускают заполнение переменных и рекомбинацию знаков (Кожемякин, Манохин 2013), реализуя гедонистическую и развлекательную функции семиозиса. Постмодернистская рефлексия такой ситуации приводит к общеизвестной эстетике, имеющей направленность имманентной «критики» по отношению к феномену массовой культуры.

Постепенно в контексте постмодернистской эстетики формируется феномен «необарокко», понимаемый как теоретически осмысленный формальный принцип вариативности, утверждённый в качестве эстетической ценности сообщения. Этот принцип, связанный с принципом интертекстуальности, переносится и в сферу массовой культуры, что позволяет говорить о некоей эпохе «необарокко». В связи с этим тот же У. Эко выражает некоторые опасения. Ведь для модерна и «начальной» стадии постмодерна было типичным разделение на «наивного» (неподготовленного) и «критического» (рефлексирующего) интерпретаторов. Разница состояла лишь в том, что, если в случае модернистского семиозиса «наивный» интерпретатор оказывался в ситуации аннигиляции коммуникативного акта, то в постмодернистском семиозисе он участвовал в коммуникации на уровне первичных коннотаций. Культурная эпоха подразумевает формирование тотального «критического»

интерпретатора, готового оценить вариации на заданную тему. В противном случае дифференциация интерпретаторов сохраняется, но различие сообщений по типу «критическое»/«массовое» оказывается затруднительным в силу того, что принцип «необарокко» может быть эксплицирован в современной массовой культуре.

В контексте ситуации «необарокко» представляет интерес такой феномен киносемиозиса массовой культуры (Манохин 2013), как римейк. В своей «классической» форме римейк изначально ориентирован на «переделку» существовавшего ранее фильма, который, в свою очередь, опирается на жанровый лексикод. Интерпретация исходного фильма, порождающая возможность дополнительных коннотаций, может быть связана с исторической дистанцией. В этом случае речь, как правило, идёт об адаптации к историческому периоду в кино, что выражается в смене актёрской «иконографии», декоративного кода, кинематографического кода, монтажных форм (особенно, темпоритма). Не менее существенной формой стимуляции новых интерпретаций является адаптация фильма одной национальной кинематографии к другой. Здесь вновь работают отмеченные ранее коды, но ещё большую важность приобретают идеологические/культурные коды (в которые «встроены» и специфические формы киносемиозиса). Но при ориентации на структуру исходного фильма и стремлении «адаптировать» его к национально-историческому контексту нетипичным оказывается «соглашение» о наличии эксплицитных отсылок к структурным элементам/знакам фильма-оригинала с целью демонстрации их вариации в римейке. А ведь сама форма римейка подразумевает возможность построения парадигмы «необарочного» киносемиозиса, в котором для того, чтобы участвовать в «критической» рецепции, надо лишь посмотреть фильм-оригинал и быть готовым к поиску вариаций. В современном кино ситуация постепенно меняется: снимаются римейки, семиотическая структура которых позволяет эксплицировать условия «необарочной» интерпретации фильма.

Самым «свежим» примером этого является фильм американского режиссёра Спайка Ли «Олдбой» - римейк одноимённого корейского фильма Чхан Ук Пака, который, в свою очередь, в качестве источников апеллирует к роману А. Дюма «Граф Монте-Кристо» и манге Цугии Гарона «Воспоминания об убийстве», не говоря обо всех интертекстуальных отсылках, в том числе, и к американскому кино. В дальнейшем, в анализе не будет задействован такой сложный контекст. Условно будем считать, что «критический» интерпретатор работает только с вариациями «С. Ли» (интенциональный/авторский аспект также не актуализируется), а корейский фильм выступает в качестве автономной семиотической основы. «Наивный» же интерпретатор не рассматривается. Им в

данном смоделированном случае является зритель, не знакомый с корейским оригиналом. Для «наивного» интерпретатора фильм С. Ли – это жанровое кино (триллер/детектив) с соответствующим горизонтом ожиданий. Также необходимо понимать, что в фильме С. Ли присутствуют «вариации», связанные со стандартной схемой римейка: изменение внешности актёров и их манеры игры, декоративной атрибутики, жанрового лексикода (фильм вполне соответствует канонам американского триллера, идущим ещё от Хичкока, остроумная апелляция к которому присутствует в построении кадра в сцене кражи альбома). Это дополняется наличием стилистического кода самого С. Ли (прежде всего, цветовой гаммой, сложным динамическим кадрированием, «музыкальным» ритмом монтажа). Но все стандартные интерпретации изменяют своё значение в контексте эксплицитной игры с корейским фильмом.

Прагматика фильма построена следующим образом: в различных кодах и на различных уровнях киносемиозиса в фильме присутствует компонент или синтаксическая конструкция корейского оригинала. Компонент (элемент знаковой структуры) ставится в другой контекст, что меняет его семантику; синтаксическая конструкция преобразуется, что приводит к вариации свадисигнума (умозаключения) интерпретатора. Приведём несколько репрезентативных примеров. В корейском фильме главный герой желает подарить своей дочери игрушку – крылья ангела. В американском варианте подарок – игрушечная утка. Но речь идёт не просто о замене знака декоративного кода. Персонаж американского фильма покупает игрушку у продавщицы азиатской внешности, на которой надеты крылья ангела: этот атрибут С. Ли «оставляет» корейскому оригиналу. Тот же «трюк» повторяется и по отношению к другому элементу декоративного кода оригинала – молотку. Он остаётся в сцене «сражения», но заменяется ножом в эпизоде пытки. В сцене «сражения» оригинальный вариант построения кадра представляет собой однокадровый параллельный трэвеллинг с сохранением широкоэкранный панорамы дальнего плана с множеством фигур. В американском варианте также наблюдается однокадровое построение, но в данном случае акцент делается на траекторную съёмку, позволяющую изменять ракурсы и переходить с одного участка пространства (этажа) на другой участок (этаж).

Позволим себе отойти от заявленной в начале анализа схемы и обратиться к внекинематографическим контекстам. Это «нарушение» связано с тем, что здесь наблюдается интересный случай совмещения стандартной схемы римейка с формальным принципом вариативности. Дело в том, что корейский фильм в этом эпизоде апеллирует к структуре изображения «классической» видеоигры – «однокадровое»/одноуровневое перемещение персонажа игры в профиль к зрителю. Современные видеоигры в подобных эпизодах используют

многоуровневое построение со сменой локаций и имитацией кинематографической траекторной съёмки. Соответственно, американский фильм использует апелляцию к данной структуре, что, в принципе, можно связать с «усовершенствованием» и адаптацией к современным реалиям в сфере аудиовизуальной коммуникации. Но проблема заключается в том, что, если зритель не знает корейский фильм с его коннотацией кода видеоигр, то нет смысла в такой адаптации, которая оказывается источником формирования вариации синтаксиса плана-эпизода. На уровне монтажа вновь наблюдается эксплицитное преобразование исходного сообщения. В фильме Чхан Ук Пака в эпизоде заточения присутствует длинный кадр, с низкой точки изображающий главного героя, высунувшего голову и руку в окошко камеры, находящееся у самого пола. С. Ли воспроизводит структуру кадра с детальной точностью, но тут же «разбивает» безмонтажное построение, сохраняя при этом точку съёмки, что моделирует иной темпоритм и создаёт возможность альтернативной пространственной интерпретации.

Но основная проблема в построении вариации возникает при переходе к нарративному монтажу. В корейском оригинале используется эллиптическая конструкция, свойственная детективу/триллеру. Главный герой оказывается похищенным и заточённым в квартире-камере на пятнадцать лет. В камере он узнаёт о жестоком убийстве своей жены, в котором обвиняют самого героя. Остаётся «сиротой» его дочь. Герой начинает тренироваться и планирует побег. Затем его неожиданно выпускают, и он, жаждущий мести, пытается выяснить, кто и почему поступил с ним таким образом. В ходе повествования герой знакомится с молодой девушкой и во время поглощения «живой еды» (акцент на этой детали будет ясен в дальнейшем) падает в обморок. Девушка отвозит его к себе домой и затем присоединяется к герою в поисках истины, которые сопровождаются периодическими встречами героя с противником, уничтожить которого он не может по множеству причин, но получает обещание в случае разгадки (кто? и почему?) созерцать самоубийство противника. Между героем и девушкой возникает любовная связь. Наконец, двигаясь от знака к знаку, он выясняет (вместе с жаждущим истины зрителем) причину: «злодеем» является человек, учившийся с ним. У этого человека была любовная связь со своей сестрой. Узнав об этой связи и рассказав о ней, герой спровоцировал самоубийство сестры «злодея». Теперь и сам «злодей» (который оказывается и не таким уж злодеем, а герой – не таким уж и героем) обязан совершить самоубийство.

Но проблема состоит в том, что герой не задавался вопросом о том, для чего его выпустили (в самом фильме нарративная структура эксплицитно оговаривается «антигероем», что выражает специфическую иронию корейского

режиссёра). В этот момент зрителю и герою открывают шокирующую правду: девушка главного героя – это его дочь («вариация» прошлого события). Знакомство с ней произошло вследствие гипноза, апелляция к которому приводит к финалу повествования, где герой остаётся с возлюбленной/дочерью, подвергнув себя гипнотическому внушению, приводящему к забвению прошлого. Естественно, что такой нарративный ход подстановок функций персонажей и заполнения эллиптической структуры оказывается проблематичным для римейка. Тем более, что фильм с самого начала заявлен как эксплицитная вариация. В американском варианте в эпизоде заточения зрителю (вместе с главным героем) по телевидению транслируют изображение его дочери, участвующей в телешоу. Изображения смонтированы таким образом, чтобы продемонстрировать этапы взросления вплоть до «выхода» героя из камеры. Точно так же «смонтированы» изображения в альбоме, который в момент истины смотрит герой корейского фильма. Изображение лица дочери перенесено из «конца» в «начало» фильма, что провоцирует интерпретанту типа «американское жанровое кино». Иными словами, зрителя ожидает триллер, в котором не будет инцеста, а персонаж будет искать злодея, который возьмёт в заложники его дочь и т. п. Так и происходит. Более того, С. Ли усиливает эксплицитную вариацию, обращаясь к эпизоду с «живой едой». Её наличие имплицитно подразумевает дальнейшую нарративную структуру. Но персонаж американского фильма созерцает «живую еду» в аквариуме как в отдельном кадре и не участвует в данной сцене. Импликация нарушена. В дальнейшем, вариации множатся, хотя история о молодой девушке, лишённой амбивалентной функции, присутствует, что провоцирует амбивалентную интерпретацию «критического» интерпретатора. В эпизоде разгадки (не только того, кто, почему и для чего заточил и выпустил героя, но и того, что взамен предложит американский вариант) зрителю демонстрируют, что телешоу с дочерью героя были фикцией (как фикцией была и конструкция, провоцирующая на интерпретанту «она не его дочь»), и молодая девушка, с которой персонаж вступил в любовную связь, всё-таки является его дочерью. Таким образом, вводят в заблуждение и «наивного», и «критического» зрителей. Только последнего – в двойном размере. Получается, что вариацией оказывается не столько содержание нарратива, сколько способ вводить в заблуждение и строить нарратив. Чтобы закрепить вариацию американский фильм вновь обращается к структуре повествования: в прошлом любовная связь была не между братом и сестрой, а между отцом и дочерью. Следствие разглашения тайны героем – убийство и самоубийство. С одной стороны, это порождает откровенно гротескную ситуацию, с другой, – зеркальная структура в эпизоде раскрытия тайны изменяет мотивацию «антигероя» (и делает его не

таким уж и злодеем, но в ином, нежели в корейском фильме, контексте). Финал фильма закрепляет вариацию корейского оригинала: герой добровольно помещает себя в заточение, развивая зеркальную структуру предыдущего эпизода.

При этом в «Олдбое» С. Ли налицо традиционная коммерческая схема римейка. Можно выразить подозрение, что необарочная техника является результатом интерпретации, полученной при условии знакомства реципиента с концептом «необарокко». Семиотика сама создаёт конструкты и подводит под них объекты интерпретации. Сохраняя возможность семиотической «иллюзии» (скорее, «конструктивизма»), всё же стоит указать на отмеченные ранее эксплицитные формы обращения к зрителю, заключающие с ним соглашение об условиях игры. В контексте таких конструкций другие сегменты киносемиозиса «Олдбоя» также могут быть прочитаны в данном ключе. Не совсем ясно, освободится ли место в «партии», о которой говорит У. Эко, только для семиолога-постструктуралиста или для всех, кто участвует в актах коммуникации в контексте современной культуры. Даже в последнем случае непонятно, что ждёт современную культуру – эпоха необарокко с её утопией коммуникативного сообщества или деление на «наивных» и «критических» коммуникантов. Тем не менее, концептуальный аппарат современной семиотики позволяет интерпретировать и диагностировать формы семиозиса, тенденциозные для современной коммуникации. Что касается римейков, то «Олдбой» – самый простой и иллюстративный пример необарочной формы киносемиозиса. Более сложными формами, при анализе которых стоит учитывать интерпретацию «Олдбоя» С. Ли, являются авторимейки («Опасный Бангкок» О. Пэна и Д. Пэна), «псевдоримейки» («Бесславные ублюдки», «Джанго Освобождённый» К. Тарантино), авторимейки «псевдоримейков» («Подставное тело» Б. Де Пальмы), «метаримейки» («Пять препятствий» Л. фон Триера и Й. Лета). К анализу таких римейков и стоит обратиться в будущем с целью установления градуированной шкалы сложности семиотической структуры в киносемиозисе «эпохи» необарокко.

Список литературы:

- Есо, У.* Innovation et repetition: entre esthetique moderne et postmoderne // *Reseaux*, n. 68 CNET, 1994
- Манохин, Д. К.* Киносемиозис в массовой культуре // *Современный дискурс-анализ* (электронное издание). – 2013. – № 7. – С. 12-15. / Режим доступа: discourseanalysis.org/ada7/st.50.htm/
- Кожмякин, Е. А., Манохин, Д. К.* Семиотические аспекты массовой культуры // *Культура и текст: электр. науч. жур.* – Барнаул, 2013. – № 1 (14). – С. 115-131.

МАРГАРИТА НОВАК

novakmargarita@yandex.ru

КОНСЮМЕРИСТСКИЙ ДИСКУРС В КИНО И НА ТВ

Уже давно не ново утверждение, что современный человек живёт в плену потребительских ценностей, привычек, установок и идей. На Западе, в XX веке сформировался новый тип общественных отношений – общество потребления, а в России оно формируется только сейчас. На сегодняшний день можно говорить о новой идеологии – консюмеризме, занимающей доминирующее положение, как на Западе, так и в России. Консюмеризм использует и поддерживает ценности капитализма.

Впервые общество потребления было предсказано в работе Т. Веблен «Теория праздного класса» (1899), где речь идёт о капитализме и его ценностях: собственность, успех, и уважение (статус); капиталистическое общество отличает демонстративная праздность – то есть манифестируемое воздержание от производственной деятельности (Веблен 1984: 84). Ещё одним признаком социокультурного уклада праздного класса является демонстративное потребление (подарки и увеселения) (Веблен 1984: 108-133).

В известном смысле Т. Веблен во многом опередил классические труды Ж. Бодрийяра, а ведь именно за последним многие признают первенство в философско-культурологической постановке вопроса о потреблении (см. Бодрийяр 2007, Бодрийяр 2007). Однако, за минувший век всё же произошли изменения в системе, описанной Т. Вебленом. Во-первых, демонстративное потребление теперь охватывает не только праздный класс, но и всё общество, включая маргинальные в социально-экономическом отношении группы. Во-вторых, праздность теперь не означает отсутствие трудовой деятельности, а скорее репрезентируется в бесконечной череде развлечений – наиболее захватывающих или рискованных, эмоциональных и предельно пассивных (просмотр ТВ, Интернет-сёрфинг и т.д.). Укажем на специфику российской культурной ситуации: статус субъекта не утратил свою высокую ценность, а наоборот, укрепился в российском обществе с утверждением рыночной экономики, снова ставшим классово разнородным. Впрочем, вполне желаемым в определённой среде может быть и низкий статус аутсайдера, интеллектуального маргинала, хотя такой статус также будет конструироваться посредством демонстративного потребления вещей. В-третьих, объектами,

которыми сегодня конструируется статус, необязательно являются вещи материальные – это могут быть объекты потребляемой культуры и искусства: выбор предпочитаемого музыкального направления, категории телепередач или одного из художественных, литературных направлений. Так, тексты культуры, являясь объектами потребления, должны подтверждать это потребление, способствуя статусу субъекта.

Потребительское мышление, привычка оперировать категориями выгоды, насыщения, удовольствия, развлечения, статуса, порождает широкое, специфическое пространство высказываний, иными словами – потребительский, консюмеристский дискурс. Его отличает следующее:

1. Плоскость и простота логических конструкций, подобная коротким рекламным слоганам. В пример можно привести заголовки статей, расположенных на некоторых сайтах Интернета: *«С 1 января сигареты подорожают на 17–20%»*, *«Мария Ситтель родила четвертого ребенка»*, *«Кратер на Меркурии назвали в честь Джона Леннона»*, а также названия книг и фильмов: *«Орда»*, *«Метро»*, *«Ёлки»* и т.д. Таким образом, новостные сообщения достаточно просматривать только по заголовкам, а похожие друг на друга названия фильмов часто создают ситуацию путаницы у зрителя.
2. Возможность или способность заменять одну часть логической конструкции – другой, произвольно менять их местами (текст обретает подвижность, тексты «присваивают» друг друга). Известные выражения могут менять какую-то свою часть и смысл: *«Отдыхающие всех стран объединяйтесь!»* (вместо *«Пролетарии всех стран объединяйтесь!»*). Кроме этого, в пример можно привести сайт Lurkmore.to, где выставляются статьи о различных явлениях, событиях, людях, написанных с использованием сленговых выражений, нарочитых грубостей; такой текст насыщен информацией, которая не всегда относится к описываемому объекту напрямую. Сама подача мыслей может не соответствовать объекту статьи. Непривычная, изменённая форма изложения зачастую искажает смысл высказывания, допустима субъективность. Этот сайт отчасти пародирует проект «Свободная энциклопедия Википедия», которая в свою очередь, является альтернативой какой-либо энциклопедии в классическом понимании. Ещё один пример найден на самом сайте Lurkmore. В статье о телепередаче «Прожекторперисхилтон» следующим образом объясняется происхождение названия передачи: *«Пэрис Хилтон, между прочим, тут вообще не пришей кобылле хвост. Это просто остроумное решение назвать программу созвучно «Прожектору перестройки» — выходявшему в конце 80-х приложению к программе «Время». Название пишется именно слитно и маленькими буквами назло копирастам»*.

3. Навязчивость текста по отношению к субъекту (последнему не дается полная возможность собственного развёрнутого мыслительного процесса), навязчивость по отношению к другому тексту, объекту (один и тот же текст может быть обнаружен в самых разных местах, он может повторяться до бесконечности, цитироваться могут как сами слова, так и узнаваемые объекты, наделённые символикой). Пример первому находим в рекламных роликах: «Если кашляешь, прими Бромгексин Берлин Хемип», «Терафлекс. Если суставы устали», где присутствует приказной тон, прямой призыв к действию, и в современных сериалах, где сюжет имеет длинное продолжение, существенно запутан, завершается предсказуемо и примитивно, или наоборот, нелогично и неожиданно. Зрителю не нужно размышлять над таким телефильмом, только эмоционально реагировать. Второй пример - это некоторые фразы и выражения, ставшие крылатыми благодаря телевидению, они часто употребляются в самых разных случаях: «И пусть весь мир подождёт!», «Вы всё ещё кипятите? Тогда мы идём к Вам!». Такие сообщения можно обнаружить в текстах, относящихся к разным стилям и жанрам, видам искусства. Благодаря иностранным фильмам вошли в оборот такие фразы, как «Я собираюсь сделать ему предложение, от которого он не сможет отказаться» («Крестный отец»), «Бонд. Джеймс Бонд», «I'll be back», «Аста ла виста, бэби!» («Герминатор») и т.д. Через средства массовой информации распространяется не только вербальный, но и визуальный текст. Например, каждый желающий может через Интернет познакомиться с творчеством современного художника Рината Волигамси, который «цитирует» в своих картинах образы из прошлого: фигуры военных, плакатная живопись как будто перешли со старых фотографий на полотна картин. Говоря о том, что текст становится навязчив по отношению к объекту, мы имеем в виду то, что любые вещи могут нести на себе текст – одежда (надписи на футболках, изображения торговых марок, лейблы), красиво упакованная еда, фасады зданий с рекламными растяжками и т.д. Текст может быть куплен и продан, а вместе с ним – объект, поэтому текст как таковой приобретает большее значение.
4. Эмоциональность высказываний, игра текста с самим собой, когда форма догоняет содержание, а содержание – форму (в иных случаях форма может превалировать над содержанием, как красивая упаковка – над упакованным предметом) и т.д. В пространстве телевидения и кино решающим фактором успеха у зрителя является степень эмоциональной подачи (ток-шоу затрагивающие острые темы и события – «Пусть говорят», «Прямой эфир», фильмы для женской аудитории). Форма подачи какой-либо идеи может быть интереснее самого содержания; именно поэтому выигрывает кино с безликим сюжетом, но с очередной порцией спецэффектов и трюков.

Конечно, дискурс потребления, консюмеризма отличается и специфическое содержание. Наиболее ярко это прослеживается в пространстве кинофильмов и телеэфира, ведь киноиндустрия и телевидение сильно изменились за последнее время. Если нарисовать общую картину, то современное российское кино, ориентированное на массового зрителя отличается глубокая в одних случаях, и поверхностная – в других случаях рефлексия относительно прошлого, в особенности периода существования Советского Союза. В качестве примера можно привести фильмы *«Легенда №17»*, *«Гагарин: Первый в Космосе»*, *«Высоцкий: Спасибо что живой»*, *«В субботу»* (фильм о Чернобыльской катастрофе), *сериалы «Сделано в СССР», «Шулер», «Обратная сторона Луны», мультфильм «Белка и Стрелка. Озорная семейка», «Утомлённые солнцем. Цитадель»*. В киноиндустрии обнаруживается пристальное внимание к темам семьи (женские сериалы), а также конкретной личности известного человека (сериалы *«Сын отца народов», «Вольф Мессинг», «Брежнев»* и т.д.).

Феномен консюмеризма в своей репрезентации как использует разные культурные коды, принадлежащие советской эпохе, дореволюционному времени, так и может становиться резко контрастирующим, новым, неожиданным для разных социальных групп и классов. Именно поэтому, консюмеризм является привлекательным для самых разных групп. Вероятно, особенно привлекательными и понятными являются способы выражения консюмеризма (связывание прежней и новой культуры или, наоборот, отрицание такой связи), а не тот смысл, который он несёт.

В России достаточно динамично происходит субпроекция западного консюмеризма, культурных текстов потребления на российскую культуру, а порой происходит простое заимствование, замена собственной культурной продукции. Возможно, существует и обратная проекция, когда российские потребительские стереотипы проецируются на западную культуру, и, исходя из этого, интерпретируется культурный текст.

Сравнение западного и отечественного «колорита» семантики транслируемых идеологем и их прагматического аспекта позволяет нам сформулировать ряд положений.

Западная массовая культура направлена на репрезентацию риска, развлечения, приключений, удовольствия. Для западных текстов массовой культуры свойственно репрезентировать как коллективные, так и индивидуальные ценности, причём индивид представлен как «смысловое ядро» коллектива, а коллектив – как «социальная норма» (*телесериалы «Друзья», «Элен и ребята», «Санта-Барбара», «Остаться в живых»*). В российской массовой культуре чаще представлены антропологические типы, нарушающие социальную и культурную норму: асоциальные группы (*телесериалы «Побег», «Бандитский*

Петербург», «Бригада»), субкультурные группы меньшинства («Моя безумная семья»), «резонансные» культурные группы (звёзды шоу-бизнеса, политики, участники скандальных шоу и т.п. («Блондинка в шоколаде», «Дом-2»). Таким образом, репрезентация российского общества в текстах массовой культуры строится на принципе демонстративного потребления, преодоления статусного различия, очевидной расслоённости и резко отличающегося уровня жизни разных групп населения. Кроме того, можно говорить не о репрезентации, а о конструировании реальности посредством идеологем консюмеризма в российской культуре.

В западной массовой культуре реальность репрезентируется как более позитивная, оптимистичная (идеологемы «перфекционизм» и «оптимизм»), а культурный текст часто репрезентирует идеи справедливости, равенства, законности в том или ином виде (телесериалы «Комиссар Рекс», «Крутой Уокер», «Человек-паук», «Следствие по телу», серия о Джеймсе Бонде и т.д.). Идеологема «американская мечта» в полной мере реализуется в массовой культуре Запада и связана с достижением успеха, создании «самого себя». Отечественная массовая культура часто характеризуется мрачным, даже безысходным подтекстом транслируемых идей. Так, попытка создания своего дела, обретение материальных благ (а через них – чувства личной удовлетворённости, высокой самооценки) часто репрезентируется в российской массовой культуре как рискованная, заведомо связанная с криминальными структурами идея («Любить по-русски», «Про бизнесмена Фому», «Устрицы из Лозанны»). Справедливость совершается «окольными» путями – в обход правоохранительных органов («Ворошиловский стрелок») или сказочным образом («Реальная сказка»). Система ценностей России и Запада приблизительно похожи (благополучие – успех – свобода – семья), однако представление о достижении аксиологической цели – разное (поэтапное – на Западе, внезапное, скачкообразное, вопреки всему («русский характер»), даже случайное – в России). В Америке и Европе ценится личность, которая неординарным образом проявляет себя (допустим, занимается необычным бизнесом, точно также, как ценимо само дело – «Игра», «Охотники за приведениями»), в то время, как в российской культуре человека, борющегося за свою идею представляют выскочкой, одиночкой, чудачком, бросающим вызов (фильм «Край»). Таким образом, посредством идеологем «успех», «перфекционизм», «оптимизм» в западной массовой культуре реализуется стратегия достижения успеха, а в России – стратегия избегания неудач. Идеологемы в Западной культуре репрезентируют жизнь полную удовольствий, материальных ценностей, в то время как идеологемы консюмеризма в России конструируют гедонистический образ жизни вопреки общественным страхам.

В иностранных фильмах довольно часто присутствуют ситуации, когда герой демонстрирует хорошую физическую форму, совершенство фигуры, и это является вполне принимаемым моментом в обществе. Герой какого-либо остросюжетного или приключенческого фильма, боевика (супермен) часто репрезентирует стремление быть активным, «вечно молодым», позитивным (без малейшего намёка на болезнь, увечье и т.п. – герой фильма «Человек-паук» излечился даже от близорукости).

Примеры зарубежных фильмов о достижении успеха (пусть даже сомнительного) – это «Мужчина по вызову», «Эдвард руки-ножницы». Однако, консюмеризм требует и присутствие антипродукта: прежде чем достигнуть успеха, в кино должна случиться ситуация, демонстрирующая «полный провал». Здесь можно вспомнить комедии о неудачниках: «Я, снова я и Ирэн», «Тупой и ещё тупее», «Аферисты Дик и Джейн». Низкий статус человека в капиталистическом обществе заставляет относиться к нему с презрением, «с высока», в каком-либо другом – с сочувствием, переживанием (герои сказок часто не имеют высокого статуса – Золушка, Иван-дурак, Мальчик-с-пальчик, и т.д.), а в обществе потребления низкий статус вызывает смех, возможно, как само по себе абсурдное состояние. Любой статус можно сконструировать самостоятельно, хотя бы внешне. Возможно, поэтому потребление укрепляет свои позиции в бедных государствах, в период экономического кризиса как ширма, как регулятор социальных отношений.

В России субпроецируется позитивный опыт консюмеризма западных стран на нашу действительность. В кинофильмах появляется атрибутика, объекты, действия, раскрывающая понятие «успеха», «роскоши», как это может пониматься на Западе, либо как мы искажённо представляем себе роскошь капиталистического общества. Показывая обеспеченную семью, режиссёр, скорее всего, продемонстрирует многоэтажность жилища, сад, бассейн, конюшню, прислугу (здесь может быть совершена субпроекция и аристократической, дореволюционной России).

Как мы уже отметили, дискурс консюмеризма отличается эмоциональностью. Одной из характерных идеологем является «оптимизм». Идеологема репрезентирована в текстах массовой культуры через изображение игры, риска, ощущений, эмоций, репрезентации образцов красоты, здоровья, путешествий, юмора. Удовольствие от просмотра предполагается даже в ситуации трагического сюжета или нравственно недопустимого эпизода. Например, в телепроектах «Брачное чтение», «Дорожные войны» могут присутствовать юмористические комментарии и предполагается насмешка зрителя над происходящим. Более простой пример позитива представляют собой юмористические передачи и телевизионные путешествия -

«Прожекторперисхилтон», «Большая разница», «Камеди Клуб», «Магия приключений», «Шесть кадров», «Даёшь молодёжь», «Одна за всех», «Неизвестная планета», «Моя планета», сериалы «Сваты», «Интерны». Юмористические передачи демонстрируют, что любая вещь или событие могут быть превращены в шутку, даже политическое, а жизнь – легка и беззаботна, каждую проблему легко решить за счёт покупки «полезной» вещи, за счёт «ухода» от ситуации, в прямом значении – поездки, путешествия от любых сложностей.

Идеологема «оптимизм» широко представлена в отечественном кино, в жанре современных комедий. Такие фильмы часто построены на нелепых ситуациях, невозможных событиях какого-либо исторического периода. Несмотря на невероятные трудности, персонажи легко, без особых усилий преодолевают их, доводя ситуацию до полного абсурда. Фантастический сюжет смешивается с реальностью («Немного не в себе», «Любовь-морковь», «Золушка»). В комедиях легко узнать людей сегодняшнего дня: богатых или деловых людей («Служебный роман. Наше время», «На крючке») молодёжь, ищущую приключений, известных личностей, обладающих харизмой, шоуменов («Зайцев, жги!») и т.д. Примеры фильмов, построенных на изменении исторической реальности – это «Гитлер капут!», «Ржевский против Наполеона».

Другой вид комедий – комедийные сериалы или ситкомы. Обычно, в них присутствует мелодраматический компонент, основанный на психологии героев, что объединяет два жанра киноискусства. Герои не могут преодолеть себя, свои комплексы, страхи, убеждения, порождая комичную ситуацию, поскольку только они сами мешают своему счастью («Моя прекрасная няня», «Светофор» и т.д.)

Привлекает к себе внимание нацеленность текста на определённую аудиторию, разделение текстов по социальным признакам – возраст, гендер, материальное положение. Если в прошлые годы такой классический жанр, как детектив был адресован как мужчинам, так и женщинам, то теперь произошло условное «гендерное» разделение: остросюжетный триллер и «женский» детектив. Телепередачи на телевидении разделяются на «семейные» («Сто к одному», «Сам себе режиссёр») и на «взрослые» («Брачное чтиво», «Голые и смешные», «Русские сенсации»), либо с определённой, узкой тематикой («ЖКХ» - адресована домохозяйкам, пенсионерам). Любой продукт потребления, имеющие «адресные признаки» способен сформировать тот или иной статус субъекта.

Идеологемы консюмеризма репрезентируют основные ценности и смыслы общества потребления (*семантический аспект*) и конструируют культурную реальность (*фрагментический аспект*). Эти культурно-семиотические аспекты идеологем выражены в различной степени в зависимости от типа

масскультурного текста: кинематограф в большей степени репрезентирует, а телевидение в большей степени конструируют современную российскую культурную реальность. В то же время, в большей степени конструирующий, а не репрезентирующий характер идеологем, конфликт с традиционными культурными ценностями и практиками, новизна и социальная привлекательность феномена для субъектов российской культуры, отсутствие «культурного сопротивления» со стороны субкультурных групп в совокупности определяют специфику российского консюмеризма в сравнении с его западным вариантом.

Поскольку разные типы текстов массовой культуры (такие как кино и ТВ), а также дизайн как текст повседневной культуры обладают разными характеристиками, то идеологемы исполняют разные функции: ТВ и дизайн являются частью реальности, в которой каждодневно существует человек, и которую сложно выключить из повседневной жизни; такие тексты могут, в большей мере обладать функцией конструирования. Кинематограф является текстом массовой культуры, который появляется как ответ на реальность, и не может быть создан также оперативно, как телепередача. В таком тексте больше художественного начала, выдумки, творческих мыслей и идей, поэтому идеологемы консюмеризма в нём исполняют репрезентирующую функцию в большей степени.

Список литературы:

- Бодрийяр Ж.* К Критике политической экономии знака. – М. : Академический проект, 2007.-335с.
- Бодрийяр Ж.* Общество потребления / Ж. Бодрийяр // М. : Республика.-2006.-180 с.
- Бодрийяр Ж.* Система вещей. - М.: РУДОМИНО, 1995 // Классики социологии. Классические труды по теории общества [Эл. ресурс].- М. : Нексмедиа, 2007.- 1 эл. опт. Диск (CD-ROM): цв. – (Электронная библиотека)
- Бодрийяр Ж.* Социоидеологическая система вещей и потребления // Классики социологии. Классические труды по теории общества [Эл. ресурс].- М. : Нексмедиа, 2007.- 1 эл. опт. Диск (CD-ROM): цв. – (Электронная библиотека)
- Веблен Т.* Теория праздного класса / Т. Веблен – М. : Прогресс, 1984

ЕКАТЕРИНА ТУРБИНА

ringarin@mail.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ КИНОМИФА О ВАМПИРЕ КАК ИСТОРИЯ ИЗМЕНЕНИЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ЗЛА И ОТНОШЕНИЯ К СМЕРТИ

Образ вампира уже почти век остаётся одним из популярнейших в мировой культуре. Снимают новые фильмы, сериалы, делают игры, пишут романы и рисуют картины, героями которых (главными или побочными) являются вампиры. В 1970-е оформилась даже субкультура почитателей и подражателей этим существам – «реальные вампиры». Все это говорит о стабильном внимании к этому образу.

Что обуславливает массовое влечение к вампирам? Что влияет на интерпретацию образа вампира в произведении? На эти вопросы мы попытались найти ответы в своём небольшом исследовании, посвящённом трансформации образа вампира в кинематографе. Эмпирическую базу составили наиболее яркие картины и сериалы начала прошлого века и настоящего.

Краткая история эволюции образа. Согласно «Словарю славянских древностей», *вамтир* (упырь, злыдень) – общеславянский мифологический персонаж, покойник, встающий по ночам из могилы; он вредит людям и скоту, пьёт их кровь, наносит ущерб хозяйству. Из определения мы вычленим два важных компонента архетипа вампира – смерть и зло. Изменения отношения к этим феноменам влияли на составляющие образа вампира и его оценку.

Вера в вампиров в древние времена родилась на основе различения двух видов покойников: умерших хорошей (ненасильственной) смертью (они находили покой) и оставшихся между жизнью и смертью из-за совершенных ими преступлений, или несчастной смерти (самоубийство, убийство, несчастный случай), или неверно выполненных (невыполненных) ритуалов перехода в другой мир. Их и считали вампирами.

Вампиры, согласно поверьям, мифам и легендам, могли проникать через любые отверстия (замочные скважины, щели, приоткрытые окна), были оборотнями, пили кровь людей и животных, жили в могилах. С проделками вампира связывали голод, неурожай, стихийные бедствия и чуму. В архаичные

времена вампир мыслился как реально существующая злая сила, живущая среди людей и вредящая им.

В Средневековье с приходом христианства образ вампира был вытеснен образом дьявола. Сатана мыслился врагом рода человеческого, был уродлив, хитер, подл, жил в мире вечных мук и смерти, охотился за самыми светлыми человеческими душами, не излучал свет: «Христианская традиции предпочла не вспоминать, что Сатана некогда был ангелом и соответственно должен обладать ослепительной красотой» (Эко, 2007: 179). Самым страшным преступлением дьявола было умерщвление души человека. Что касается жизни земной, то она мыслилась лишь как временный промежуток, не представляющий особой ценности. Смерть была неприятным фактом *повседневной* жизни, она окружала человека и следовала за ним повсюду: голод, отсутствие развитой медицины и гигиены, постоянные войны, наконец, чума.

Начиная с Нового времени (XVII – XVIII века) образ лукавого претерпевает изменения в трактовке. Это связано с рядом социокультурных и политических факторов: Реформация, установление абсолютизма в Европе, пошатнувшийся авторитет Церкви и т.п. Согласно исследованию Эко, неканонический образ дьявола был сформирован Шекспиром, Мильтоном и другими. Доминантой образа был бунт против власти – бога или монарха, «в описании мильтоновского Сатаны преобладают черты былой красоты и неукротимой гордыни... образец чистой энергии бунта» (Эко, 2007: 179).



В XIX веке в рамках эстетики романтизма, акцентированной на этнических мифах и архетипах, вампир вновь появился в искусстве в компании приведений, оборотней, ведьм. Вместе они страшили читателей, тем самым развлекая их.

К концу XIX – началу XX века дьявол приобретает черты ординарного, рядового члена общества, обладающего, правда, незаурядным умом, риторическими способностями и некоторыми знаниями магии (вспомним Мефистофеля и Воланда). К середине XX века популярность образа дьявола пошла на убыль (что связано с антиклерикализмом), а вампир вновь ворвался в массовое сознание во многом благодаря роману Стокера «Дракула», обретающего все большую популярность.

С этим же периодом связано изменение отношения к смерти, постепенно, с XIX века, она становится постыдным, запрещённым явлением. Людей

умирающих и их близких стараются отгородить от эмоционального дискомфорта и страха пред умиранием. «Смерть обезличивается, банализируется. Обряды в главных чертах сохраняются, но лишаются драматизма, слишком открытое выражение горя вызывает уже не сочувствие, а воспринимается как признак либо дурного воспитания, либо слабости, либо умственного сдвига» (Федорова:1991). Любовь, семья, наслаждение и другие атрибуты земной жизни в массовом сознании устанавливаются как ценности более высокого порядка, нежели возможная жизнь в раю. В этой связи смерть понимается как пугающее и нежелательное явление. О ней пытаются забыть.



Эта тенденция в полной мере сохраняется в первой четверти XXI века, когда среди главных продуктов на рынке – красота и молодость.

Вампир в прошлом веке стал символом темной стороны мира, аллюзией на пугающие и деструктивные явления современности – тоталитаризм, насилие, войны, эпидемии и другое. В 1990-х и начале 2000-х искусство интерпретировало

вампира как тень, зло в самом человеке.

В 2010-х годах данный образ понимается неоднозначно. С одной стороны, вампир идеален, т.к. бессмертен и вечно молод, может бесконечно учиться, путешествовать, владеть шикарными домами и машинами, покупать модную одежду, легко влиять на людей, добиваться своих целей (хитростью, с помощью обаяния, а иногда и силы). С другой стороны, сохраняется тенденция интерпретации вампира как темной составляющей человека (трилогия о Блэйде). В массовой культуре появляются персонажи-люди, основу образа которых составляет архетип вампира: Декстер (герой детективного сериала «Правосудие Декстера») живёт двойной жизнью, любит ночь и кровь, охотится на людей, хитроумен, жесток и т.п. Наконец, вампир, как герой социальной сатиры, предстаёт как способ критики современного человека. Художник противопоставляет по различным социальным, культурным, этическим параметрам человека (традиционно божье творение) и вампира (дьявола), демонстрируя, что даже эта жуткая тварь, пьющая кровь, в сравнении с современниками кажется лучше и добрее. Чтобы убедиться в этом рассмотрим ряд картин, посвящённых вампирам.

Симфония ужаса. Самый первый (из сохранившихся) фильм о вампирах – «Носферату: Симфония ужаса». Нарратив картины – погружение мира в хаос и

тревожное ожидание конца. Вампир в фильме – зло, пожирающее мир и уничтожающее все прекрасное, что в нем есть.

Образ Орлока создан с помощью следующих визуальных компонентов:

- особый грим: белое лицо, черные круги под глазами, густые брови, лысая голова, длинные тонкие когти, заострённые уши, искривлённые тонкие губы и удлинённые заострённые передние резцы;

- тёмная одежда, закрывающая все тело, кроме кистей рук и головы;

- окружение персонажа: гроб, развалины замка, сумрачный лес, корабль, который переносит его в мир людей, мыши;

- особые визуальные приёмы: рапид, ползущие тени, негатив, отсутствие перспективы в кадре, ассиметричный ракурс и др.

«*Носферату: призрак ночи*» Вернера Херцога (1978 год) – это «воскрешение» «Симфонии ужаса» почти полвека спустя. Нарратив картины идентичный – постепенное погружение мира в хаос: люди гибнут якобы от чумы, муж героини подвергается трансформации (превращается в вампира, утрачивая и человечность, и жену, и любовь), в городе царит смерть (вместо торжественных шествий – траурные, вместо искренней радости – пир во время чумы). Вампир в фильме ассоциируется с Тенью, накрывающей собой мир. В этом стоит отметить влияние Фрейда: в Тени живут наши инстинкты – Эрос и Танатос – влечения к удовольствию и смерти. Оба эти инстинкта прекрасно проиллюстрированы картиной – вампира влечёт к Люси, светоносному персонажу. Он просит её любви и убивает героиню.

Вампир Херцога – это также смерть, беспокойная, насильственная. Он чума, безумие, хаос, зло, тлен. В целом, *Носферату* похож на Орлока и внешне, и в интерпретациях. Новое в образе – соотнесение вампира и Тени, *Носферату* – Тень этого мира.

«Любовь и смерть, Смерть и любовь...». Наиболее известные и популярные картины конца 1970-х и начала 2000-х – «*Дракула Брэма Стокера*» (Ф.Ф. Коппола, 1992), «*Интервью с вампиром*» (Н. Джордан, 1994), «*Другой мир*» (Л. Уайзман, 2003) и прочие. Все они рисуют принципиально иной образ вампира. Рассмотрим картину «*Дракула Брэма Стокера*».

Этот фильм был назван критиками «киноэнциклопедией дракулизма». В рамках постмодернизма в нем процитированы предшествующие крупные ленты: мы найдём здесь и элементы экспрессионистского стиля (например, угловой ракурс, подчёркивающий безумие Рендальфа), и антитезу «рай – ад», не обошлось и без хрестоматийного восстания Дракулы из гроба и крупного плана писем и дневников, и т.п. Отличие от предыдущих лент в том, что вампир имеет не эпический характер. Нам показана диалектика души героя, история ее падения и смятения при встрече с женщиной.

Вампир Копполы – это «симпатичный паразит», внутренний зверь, живущий в каждом из нас. Он утробно рычит, перевоплощается в волка (и на протяжении фильма постоянно сравнивается с ним) и чудище. Вампир жаден до жизни во всех ее проявлениях – красивые вещи, красивые женщины, война за власть и, конечно же, кровь, как символ этой жизни. Как мы уже писали выше, вампир, начиная с фильма 1978 года, стал пониматься как аллюзия на Тень – один из ключевых архетипов нашего подсознания, в которой обитают страхи, желания, инстинкты. Вампир Копполы и есть эта Тень. Но уже не для мира в целом, а для героев, особенно героинь.

Вампиры перестали трактоваться как абсолютное зло. Режиссёры начали выделять в них привлекательные черты, что отразилось на компонентах образа:

- в его основе – история падения мятежной души, вампир стал таковым из-за смерти любимой (или семьи (см. «Другой мир»));
- он все ещё сохраняет черты животного (превращается в животных и чудищ, имеет клыки и когти);
- при этом он обретает более человеческий облик: чаще всего, это герой средних лет, красивый, умный, обаятельный, волевой;
- его сверхъестественное происхождение подчёркивается разнообразными фантастическими умениями (ползает по стенам, владеет магией, превращается в дым, его тени могут отделяться от тела и т.п.).

Вампир – это по-настоящему. Как мы уже можем наблюдать, доминанта эволюции образа вампира – его очеловечивание. Если ранее он мыслился чудовищем из принципиального иного, враждебного человеку мира, то постепенно он стал обретать внешность и чувства человека, ему начинают симпатизировать и восхищаться им. Из небывалого и абстрактного он становится все более реальным. Дошло до того, что сегодняшняя культура осознает вампира как нечто реально существующее, обитающее среди нас, т.е. из символа вампир стал индексом, обрел реальность в нашем сознании. Данный факт констатирует картина «Тень вампира» Э. Э. Мериджа (2000 год).

Сюжет фильма частично основан на легенде, согласно которой актёр Макс Шрек достоверно сыграл вампира в «Носферату: Симфония ужаса», потому что сам был вампиром. По версии режиссёра (Э. Э. Меридж) и его alter ego (образ Мурнау), «Того, чего нет в кадре – не существует», потому что кино – это фиксация правды. Таким образом, «Носферату: Симфония ужаса» – документальный, а не художественный фильм, а значит, вампир – это не символ (сгусток культурных смыслов, идея), а индекс (чистое указание).

Вампир Мериджа – реальное существо. Человек ему нужен, чтобы поддерживать квазижизнь и вспоминать о давно потерянной настоящей (человеческой): «как покупать хлеб и готовить мясо, вести беседу», пить шнапс.

Вместе с тем, эти воспоминания вызывают в вампире боль по утраченному солнцу, юности, жизни и смерти. Так вампир Мериджа – образ существа, находящегося вне экзистенциальных координат (нет у него ни жизни, ни смерти, не помнит он себя как личность, а весь смысл его существования свёлся к потреблению крови жалости к самому себе) и потому страдающего.

С 1990-х годов кинематограф интерпретирует смерть как право и ценность, которых вампир (проклятый герой) лишён по тем или иным причинам. Бессмертие становится для этих существ наказанием, т.к. без смерти сложно иметь цель в жизни, определять самого себя как личность, иметь любящих и любимых спутников – в принципе жить. Однако эта ситуация к 2010-м годам изменилась.

Сумерки вампиров. В наши дни вампиры перекочевали с широких экранов в молодёжные сериалы. В XXI веке мы больше не пугаем ими детей, не восхищаемся ими, а часто оставляем молодёжи в качестве примера для подражания. Современные Эдварды и Деймоны благородные вегетарианцы (сознательно отказывают от людской крови, предпочитая менее вкусную и полезную кроличью), они по-прежнему красивы душой и телом, сексуальны, но стали заметно моложе. В вампиров они превратились в пубертатном возрасте или на выходе из него и, соответственно, все проблемы, которые их занимают, носят типично подростковый характер: где найти любовь на всю жизнь, что делать, чтобы заслужить любовь и где найти повод погеройствовать, чтобы через это самовыразиться. Их бессмертие – страховка от неудач: если что-то не получилось сразу (тебя убили), то можно начать все сначала, словно ты герой компьютерной игры.

Их бессмертие – это залог настоящей полноценной и яркой жизни, неограниченной ничем. Они могут бесконечно развиваться, учиться, путешествовать, оставаясь при этом вечно молодыми и полными сил. Смерть – это изъян, от которого новее вампиры избавляют избранных людей, создавая тем самым себе семью.

Основу образа новых вампиров составляет идея о сверхчеловеке. Они прекрасны, сильны, могущественны, успешны, здоровы, бессмертны... Список можно продолжать бесконечно. Даже страха перед солнцем некоторые из них преодолели.



Отдельно хочется отметить два подтипа современных сверхлюдей – мстителей и вампиров из комедий.

Мститель: справедливость и маскулинность. Традиционно вампиры изображаются существами хотя и сильными, но утончёнными. Режиссёры стремятся подчеркнуть через их внешний вид мысль о том, что вампир ведёт себя типично женским образом: вместо силы и прямолинейности – хитроумие и гибкость. Но мы нашли исключения и выделили отдельный подвид киновампиров – мстители.

Этих существ определяет желание восстановить справедливость через борьбу со злом. Методы борьбы отнюдь не гуманные. Два наиболее ярких представителя вида – Блэйд (одноименная трилогия конца 1990-х – начала 2000-х годов) и, вы удивитесь, Декстер (сериал «*Правосудие Декстера*», 2008-2013 годов). Первый герой – человек, рождённый в тот момент, когда его мать укусила вампир, второй – просто человек. Оба мускулистые, физически сильные мужчины средних лет, почти без семьи (приёмные родители), они борются с себе подобными кровавыми методами: Блэйд уничтожает вампиров, а Декстер является серийным убийцей, который убивает других серийных убийц, защищая людей таким оригинальным способом.

Вампиры-мстители не вполне вампиры или не вампиры вовсе. Они любят кровь и готовы убивать – ради справедливости и удовольствия. Эти герои физически сильные, скрытные и одинокие, оценивающие себя и свои действия как справедливые, борются во внешнем мире с вампирами и маньяками, а в душе – со своей темной сущностью.

И смех и смерть: вампир как герой комедии. Комедии о вампирах – оригинальная выдумка постмодерна. «*Бал вампиров*» (Р. Полански, 1967), «*Колыбельная*» (Ю. Махульский, 2010), «*Мрачные тени*» (Г. Бертон, 2012), – вот неполный перечень подобных картин.

Вампиры из картин «*Мрачные тени*» и «*Колыбельная*» противопоставлены героям-людям. Контрасты подчёркиваются также стилистикой обеих картин: сочетание диско и барокко в «*Тенях*» и костюмов и инструментов прошлых веков в деревенском доме. Эти красочные коллажи работают на доказательство тезиса: многое меняют время и прогресс, к сожалению, люди мельчают. Их как и раньше больше заботит сиюминутное – слава, богатство,



успех, они за всем этим забывают о любви, семейных и культурных ценностях, внимании и заботе, чести и достоинстве. В отличие от вампиров.



Выводы. Вампир в архаичные времена мыслился как реальное существо, затерянное между мирами из-за своих прегрешений этического или ритуального характера. Позднее он стал символом зла, аллюзией на деструктивные социальные, политические, культурные феномены. Современные представления о вампирах можно соотнести с архаичными: вампиры снова мыслиются как реально существующие, но среди них есть как злые, так и добрые, вызывающие сочувствие или восхищение. Вампир нашего века – это, прежде всего личность.



Тень Орлока обрела плоть и кровь в «Гени вампира»

На заре прошлого века вампиры в кино изображались монстрами из враждебного человеку мира смерти. Со временем всё более «очеловечиваясь», они стали для наших современников героями, сверхлюдьми. Влияние на интерпретацию образа и его оценку оказывают происходящие изменения в отношении к смерти и интерпретации зла, ответа на вопрос «Что есть зло?».

В рамках экспрессионистской эстетики сформировались основные черты образа: белая кожа, тёмные тени под глазами, тонкое, худощавое тело, когти и клыки, окружающие его ползущие тени, восстание из гроба, использование оптики и ассиметричных ракурсов, рапида и сцен заката (реального и показанного на плёнке), панорамные кадры сумрачных лесов и руин замков.

Сюрреализм положил начало трактовке вампира как Тени, того вида зла, с которым возможно бороться лишь искренней любовью, добротой, милосердием и самопожертвованием. В рамках данного направления определилась такая черта вампира как связь с Эросом и Танатосом.

Постмодернизм синтезировал достижения предыдущих эпох и начал предлагать гибридные виды вампиров. Героями боевиков и детективов стали вампиры-мстители, которые всегда отчасти люди и трактуются как положительные персонажи. Как герои социальной сатиры вампиры поставлены человеку в укор: покойники оказываются по всем параметрам превосходящими людей. Вампиры в молодёжных сериалах стали скорее компенсаторскими образами для подростков, чьи основные желания – это Любовь и сверхвозможности, а самый большой страх – одиночество и неудачи.

| Название | <i>Носферату: симфония ужаса</i> | <i>Носферату: Призрак ночи</i> | <i>Дракула Брэма Стокера</i> | <i>Тень вампира</i> | <i>Сумерки</i> | <i>Мрачные тени</i> |
|-------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Дата | 1922 | 1978 | 1992 | 2000 | 2008 – 2012 | 2012 |
| <i>Конфликт истории</i> | Конфликт – проблема этики (выбор между любовью и злом) | Конфликт – проблема экзистенциальная (поиск смысла жизни, ценность семьи, ценность и жизни, и смерти) | Конфликт – проблема экзистенциальная (поиск смысла жизни, ценность семьи, ценность и жизни, и смерти) | Конфликт – этическая (борьба за любовь и семью) | Конфликт – этическая (борьба за любовь и семью) | Конфликт – этико-экзистенциальные проблемы общества |
| <i>Структура образа</i> | Ядро – архетип первородного зла | | Ядро – архетип проклятого героя | | Ядро – архетип сверхчеловека | Ядро – типичный человек |
| | Акцент образа – создание ощущения безысходности, смерти | Важная составляющая образа – Тень, Эрос и Танатос. | | | Бессмертие – одна из акцентированных составляющих образа. Обязательное наличие семьи (даже детей), целей в жизни. Противопоставление людям со знаком «плюс» | |
| | | | Вампир – это бунт против закостеневших основ общества (или искушение бунтом); борьба героя (в т.ч. вампира) с теневой сущностью в себе или ее осознание | | | |

| | | | | | | |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| | Визуальные составляющие: игра теней, бледная кожа, тёмные тени под глазами, клыки, когти, темная одежда (кр. Дракулы) | | Визуальные составляющие: бледная сверкающая кожа, клыки, необычный цвет глаз | | Визуальные составляющие: игра теней, бледная кожа, темные тени под глазами, клыки, темная одежда | |
| <i>Интерпретация смерти и бессмертия</i> | Смерть как проклятье за совершенное зло | | Смерть – это право, которого он лишен, ценность. | | Смерть – это изъятие, от которого необходимо избавиться. | Смерть не так важна, акцент на осмысленности и правильности прожитой жизни. |
| | | | Бессмертие – проклятье, кара за бунт против бога | | | |
| <i>Интерпретация вампира как зла</i> | Зло как оно есть | Тень мира | Тень в человеке | Зло как отсутствие настоящей жизни | Как и человек, может быть плохим и хорошим | Не самое большое зло |

Список литературы

- Нёт В. Чарлз Сандерс Пирс // Критика и семиотика. – 2001. - Вып. 3/4. - С. 5-32.
- Рыбаков Б.А. Язычество древних славян. - М.: «Наука».
- Славянские древности. Этнолингвистический словарь под редакцией Толстого Н. И. Том 1. А-Г. – М.: Международные отношения, 1995. - С. 283- 286.
- Федорова М.М. Образ смерти в западноевропейской культуре // Человек. – 1991. - Вып. 5.
- Эко У. История уродства. – М.: Слово, 2007
- Юнг К.Г. Архетип и символ [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.litmir.net/br/?b=104497>
- Янсон Х.В., Янсон Э.Ф. Основы теории искусств. - СПб: «Икар», 1996.

Киноматериалы:

- Носферату: Симония ужаса, Ф Мурнау, 1922
- Носферату: Призрак ночи, В. Херцог, 1978
- Дракула Брэма Стокера, Ф.Ф. Кошпола, 1992
- Тень вампира, Э.Э. Меридж, 2000
- Мрачные Тени, Т. Бертон, 2012
- Сумерки, К. Хардвик., 2008
- Правосудие Десктера, Д. Дал, С. Шилл, К. Гордон, 2008 – 2013
- Колыбельная, Ю. Махульский, 2010.

ЯНА ЯКУБА

fira2010@mail.ru

МЕДИАТИЗИРОВАННАЯ ИГРА – ВСЁ ЕЩЁ ИГРА?

Под термином «медиатизация» понимают, как правило, процесс развития медиасферы и сопутствующая ему трансформация традиционных культурных и социальных форм под воздействием средств массовой информации и коммуникации. С нашей точки зрения, под медиасферой следует понимать сегодня всю искусственно созданную среду человеческой деятельности и общения, рассматриваемую содержательно (по отношению к ее форме – механической, физической или иной реализации в виде сетей коммуникаций или т.п.) как социокультурный феномен. Медиатизация коснулась не только СМИ, но и всех социальных и культурных процессов, таких как политика, образование, спорт, искусство. Главными «посредниками» считают ТВ и интернет. Благодаря их массовому распространению, аудиовизуальной направленности, зрелищности, интерактивности они не только репрезентируют феномены культуры, общественной жизни, но и привносят в них черты самого канала коммуникации. Например, в трансляции спортивных мероприятий телевидение с помощью новых визуальных эффектов создаёт принципиально новый контент - симбиоз традиционного спорта и яркого развлекательного зрелища. Опосредованное телевидением, зрелищем становится всё что угодно – политика, судопроизводство, образовательные и научно-популярные передачи и т.д. Интернет как среда и канал коммуникации также имеет ряд важных черт (мультимедийность, интерактивность, интересубъективность), которые он привносит в репрезентируемые феномены действительности.

Одним из самых медиатизированных феноменов культуры можно назвать феномен игры в широком культурологическом её понимании. Йохан Хейзинга в своей работе «*Homo ludens*» («Человек играющий») рассматривает концепцию игрового характера культуры. Игра старше культуры, игра предшествует культуре, игра творит культуру - таков лейтмотив концепции Хейзинги.

В «Энциклопедии постмодернизма» даётся такое определение игры: «Разновидность физической и интеллектуальной деятельности, лишённая прямой практической целесообразности и представляющая индивиду возможность самореализации, выходящей за рамки его актуальных социальных

ролей». Нельзя не согласиться с голландским историком и исследователем культуры Йоханом Хейзинга в отношении того, что игра охватывает человеческую деятельность во всех её проявлениях: «С давних пор я все более определённо шёл к убеждению, что человеческая культура возникает и разворачивается в игре, как игра» (Хейзинга 2011: 7).

Маршалл Маклюэн толкует понятие игры в социальном контексте: «Игры – это народное искусство, коллективные, социальные реакции на основной импульс или воздействие той или иной культуры» (Маклюэн 2007: 4).

Процесс игры, по Хейзинга, включает всю общественную и культурную человеческую деятельность. Сопутствующее развитию человека появление и изменения символов, религиозных и культурных границ, не является изменением правил игры, это и есть сама игра. Само существование человека, его творческое развитие, появление культурных феноменов является игрой. Способность облекать в игровую форму все стороны собственной жизни становится доказательством творческого начала человека.

Йохан Хейзинга условно разделяет игры на несколько видов: одиночные (пасьянс), агональные (спорт) и азартные (игра в кости). В современной массовой культуре мы наблюдаем медиатизацию всех видов игр и многократное увеличение разнообразия всевозможных форм. Благодаря развитию технических средств появились мультимедийные компьютерные и консольные игры, как однопользовательские, так и многопользовательские онлайн-игры. Разнообразие различных видов одних только компьютерных игр поражает – здесь можно найти и спортивные (в том числе те, что предполагают физические действия участников), и одиночные игры различных жанров (от компьютерных версий традиционных настольных игр до ролевых, стратегических, приключенческих и др.), и азартные (всевозможные онлайн-казино, карточные и т.д.).

В своей работе (Хейзинга 2011: 7) автор выделяет основные характеристики феномена игры:

- Игра как проявление свободы.
- Игра — это не «обычная» или «реальная» жизнь.
- Игра отличается внутренними правилами, законами и принципами.
- Игра требует абсолютного и полного порядка.
- Целью игры не могут быть никакие материальные интересы.

Главными принципами игры учёный считает: избыточность (игра не является необходимой для выживания, не удовлетворяет естественных потребностей), напряжение и неопределённость, состязательность, повторяемость. Сущность игры Хейзинга сначала определяет как одновременную несерьёзность и серьёзность. Затем он замечает, что игра

лишена принуждения и ей предаются в свободное время и в особом «игровом пространстве».

Целью игры автор считает представление, образное изображение чего угодно, смыслом же игры является она сама – процесс игры и получаемое от неё удовольствие. Лишь в более поздней стадии развития общественной жизни игре стали приписывать функции изображения и моделирования представлений о реальной жизни.

Для игры необходимо соблюдать её внутренние принципы и правила, подлинная культура требует "благородной игры". Позднебуржуазная культура, по мнению учёного, теряет игровую традицию. Автор предупреждает о порче, разрушении культуры, уходящей от своих истоков. Игра, наполненная эстетическими моментами, творящая духовные ценности, - ранее культууроформирующий фактор, - переродилась в суррогат игровой деятельности - в массовый спорт. Из единства духовного и физического он сохранил только зрелищную физическую сторону.

Медиатизация искусства и спорта привела к значительной трансформации игровой составляющей этих культурных феноменов. Особо необходимо выделить, что зрителей стало значительно больше чем участников. И в случае массового спорта, и во многих видах искусства (хореографического, театрального), лишь избранные принимают участие в «культурной игре». Остальной массе достаётся роль статистов, зрителей, которые лишь опосредованно включаются в процесс. Медиатизированная игра становится делом «элиты» – спортсменов, актёров, танцоров и т.д.



По мнению же Йохана Хейзинга, культурная игра - общественная и общедоступная. Чем больше в ней участников и меньше зрителей, тем плодотворнее она для личности. Духовное напряжение игры, по мнению

Хейзинги, утратило даже искусство. В искусстве обособились две стороны художественной деятельности: свободно-творческая и общественно-значимая. Масса людей лишь потребляет искусство, но оно не является необходимой частью её жизни.

Если рассмотреть медиатизированную игру с точки зрения теории фреймов И. Гофмана, то мы увидим множество сложностей, связанных с определением ключевых характеристик игрового взаимодействия.

Игра, по мнению И. Гофмана, это «транспонированное» социальное действие, перенесённое из реальной действительности и заключённое в «кавычки». Ключевым здесь является понятие «транспонирования» реальности – переключения из одной системы фреймов в другую. Одно и то же действие, в зависимости от контекста может быть переключённым в другую реальность. Например, бег по утрам отличается от бега на соревнованиях, детской игры в «догонялки», благотворительного марафона, и ситуации, когда родители, играя со своим ребёнком, делают вид, что убегают от него, но в конце игры всегда дают себя догнать. Каждый человек с лёгкостью различает все эти ситуации и признаёт, что сам фрейм «бег» будет отличаться не только своими характеристиками как скорость и интенсивность, но и другими, дополнительными параметрами, диктуемыми системами фреймов.

Опосредованность игрового взаимодействия техническими средствами создает сложности в определении некоторых его важных параметров, например, проблематичной видится фигура субъекта игрового взаимодействия. Достаточно сложно назвать игроком в полной мере профессионального футболиста, играющего за деньги, участвующего в составе команды в соревнованиях различного уровня, в том числе международного. На данном уровне профессиональный футбол, как спорт и одновременно массовое развлечение, принципиально отличается от детской игры в мяч. Ещё сложнее определить роль в данном взаимодействии зрителей у экранов телевизора или болельщиков на стадионе. Они не являются игроками – непосредственными участниками интеракции, но однозначно включены в процесс взаимодействия. Их позицию можно назвать ролью «включённого зрителя» - это уже не активный субъект, но и не пассивный наблюдатель (как люди, узнающие счет матча в новостях или случайный посетитель спортбара).

Позиция «включённого зрителя» с точки зрения Й. Хейзинги выглядит достаточно странно, ведь, по его мнению, в игре должны и могут быть только игроки, участвующие и полностью включённые в процесс игры. Так, например, в игровых ритуалах традиционных сообществ весь клан должен был принимать участие, у всех была собственная роль в ритуальном действии. И. Гофман в своих работах уже не так строг к игровым формам взаимодействия – зрители

есть и в театре, на примере которого он объясняет «ключ» выдумки для транспонирования реальности, и в спортивных состязаниях вроде Олимпийских игр. Другое дело, что можно поставить вопрос – для всех ли категорий участников взаимодействия оно может считаться игровым?



Как мы помним, Хейзинга предлагал несколько ключевых принципов, характеризующих игру – внутренние правила и законы, отличающие ее от реальной действительности и смысл игры, заключенный в ней самой. Медиатизированная игра не всегда отвечает всем этим принципам. Сложно сказать, что смысл профессионального массового спорта заключен в самом процессе игры и целью не является никакой материальный интерес. Массовизация и медиатизация профессионального спорта привели к тому, что экономический интерес играет главную роль в данном явлении. Этим он принципиально отличается от просто игры в футбол. Можно сказать, что как раз тиражирование игры с помощью медийных средств для массовой аудитории превращает взаимодействие в неигровое. Оно несёт уже совершенно иные смыслы.

Отчасти это связано и с субъектами взаимодействия – игра остаётся игрой до тех пор, пока во взаимодействии не участвует никто, кроме игроков. Появление в ней других видов участников – зрителей, статистов, болельщиков – как бы «возвращают» игровое взаимодействие из реальности игры в первичную реальность. Медиатизированную игру уже не назовёшь несерьёзной – ей приписывают совершенно другие смыслы, отличные от тех, которые были вложены изначально.

Однако часть правил, описывающих игровое взаимодействие, работают и в случае медиатизированных игр. Они всё ещё создают особое игровое пространство (например, футбольное поле), ограничены собственным хронотопом (разделение матча на таймы определённой длительности), игроки

обязаны соблюдать внутренние правила и законы игры, за чем следят арбитры. Несмотря на это, правила игры действуют только на игроков – тех, кто непосредственно участвует во взаимодействии. На остальных участников взаимодействия законы и правила не распространяются, они лишь воспринимают их как часть игрового процесса.

Для решения проблемы субъекта игры мы можем обратиться к такому параметру любого социального взаимодействия как «вовлеченность». Вовлеченностью называют уровень направленности субъекта на объект, его «включенность» во взаимодействие. Гофман различает полную, частичную, доминирующую и фоновую вовлеченность. Игрок всегда демонстрирует полную вовлеченность в процесс игры, а вот другие категории участников могут по-разному включаться во взаимодействие. Ясно, что некоторые зрители будут полностью увлечены процессом, другие частично, третьи вообще могут совмещать просмотр с другой деятельностью. Получается, что не для всех участников игрового взаимодействия оно будет являться таковым. В таком случае остаётся открытым вопрос о том, можно ли считать медиатизированную игру игрой?



Список литературы:

- Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. — М.: КАНОН-ПРЕСС, 2000.
- Гофман И. Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта. — М.: Ин-т социологии РАН, 2004.
- Кириллова, Н.Б. Медиакультура как интегратор среды социальной модернизации : Дис. ... д-ра культурологических наук : 24.00.01 Москва, 2005. 354 с.
- Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека = Understanding Media: The Extensions of Man. — М.: Кучково поле, 2007. — 464 с.
- Новейший философский словарь: 3-е изд., исправл. - Мн.: Книжный Дом. 2003. - 1280 с.

«Человек играющий» и игра как феномен культуры в творчестве Хейзинги, Ортеги-и-Гассета и Г. Гессе. <http://www.countries.ru/library/ideas/igra.htm>

Хейзинга Й. Homo Ludens. Опыт определения игрового элемента культуры /Сост. пред. и пер. с нидерл. Д. С. Сильвестрова; СПб.: Издательство Ивана Лимбаха , 2011 – 416 с.