

Кинореальность: механизмы формирования советского идеала в современной России

Научный руководитель – Разумов Владимир Ильич

Леонов Олег Александрович

Аспирант

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, Омск, Россия

E-mail: azazel9307@mail.ru

На примере российской действительности мы можем наблюдать, что для современного этапа социального развития характерно преобладание высокой роли внешних образов, значимость которых в период с XX по XXI вв. представлена в равном объеме по отношению к ценности письменных образов. Наше восприятие картины мира, ценностных и сущностных особенностей окружающей реальности находят отражение в виде визуальных образов. В этом отношении особа велика роль кинематографических продуктов, дискурс о вопросе соотношения кинореальности, образов на экране и объективного социального внешнего пространства требует важного специфического рассмотрения.

Кинематограф в XX веке стал настоящим переворотом в формировании картины мира, данное направление искусства несет в себе решение не только эстетических задач, оно способно не просто репрезентировать окружающую среду, ведь посредством данного инструмента возможно создавать новое, отодвигать границы реальности, воспитать необходимую обществу антропологическую модель. Кинематограф советской эпохи выступает наглядным примером возможности применения искусства в построении идеологии и кристаллизации общества.

В современной России роль киноискусства играет важнейшую роль в моделировании социальной реальности и воспитании нового типа человека.

Одна из важнейших функций современного кино - интенсификация процессов идеологической трансформации элементов бытия человека [1].

В этом отношении наибольшее значение приобретают конструируемые феномены бытия индивида.

Современный взгляд на антропологическую проблему в российском обществе позволяет зафиксировать один значимый факт. В России человек все более подвержен ностальгирующим умонастроениям. Величие Советского Союза, советская культура и уклад жизни становятся для человека XXI века социально значимым и морально-нравственным ориентиром, недостижимым в реальности ввиду исторически обусловленных факторов, но объективно осознанным, зафиксированным в сознании и отраженном в уникальном чувственном опыте. Этот чувственный опыт возникает благодаря множеству факторов, среди которых роль искусства в целом и кино в частности неоспорима.

Советская кинореальность не только отвечает запросам ностальгирующего человека, но и воспроизводит в новом человеке запрос на «советское». Чувство привязанности к советской реальности выражается у постсоветского человека через феномен доверия. Осознавая антропологическую пустоту бытия, индивид обращается к подлинному. В центре советской картины мира, воссозданной кинематографом лежит нравственный идеал [2]. Стремление к советскому идеалу является наиболее существенной формой выражения отчуждения общества потребления. Характеризуя общество потребления Жан Бодрийяр отмечает, что человек гламурного мышления есть существо, которое считает акты потребления достижением [3]. В парадигме советской картины мира человек выступает создающим субъектом, а не потребляющим. Советская кинореальность отражает характерологию

ческие черты эпохи через глаголы действий: «перевыполнили», «изобрели», «победили», «внедрили», «освоили».

Наряду с этим советский кинематограф выполнил функцию моделирования повседневности, «жизненного мира», закрепил необходимые образы, сценарии поведения людей на коллективно-бессознательном уровне. Так, к примеру, советский киногерой на разных этапах становления нового общества представлен двумя моделями (образами); одна близкая каждому индивиду (маленький человек), вторая идеальный образ (герой), к которому стоит стремиться, которую не все способны притворить в жизнь. В симбиозе данные образы создают устойчивый идеал воспитания нового человека.

Советская «кинореальность» являет собой пример устойчивой структуры, которая, несмотря на изменение политического строя продолжила свое существование как автономная конструкция с сохранившимися воспитательными функциями.

В силу популярности советского кинематографа в современной России, есть основания утверждать, что данный инструмент формирования человеческого бытия и социума влияет на поддержание сохранения основ транзитивного общества, а также воспитывает человека принципиально нового типа, который был рожден после распада Советского Союза в новейшее время и при этом являет собой пример носителя нравственных и идеологических установок прошлого.

Именно этим фактом во много объясняется столь высокая востребованность советской культуры в современности.

В работе «Миражи Советского» кинокритик Антон Долин отмечает, что любовь к советскому прошлому во многом связана с надеждой на изменения в будущем, с опорой на светлый идеал и накопленный опыт поколений. В современном человеке неизбежно присутствует недовольство культурой настоящего времени.

Современное общество нуждается в героях и находит их в образах действий прошлого. Советский кинематограф построил такую антропологическую модель, которая блестяще коррелируется с понятием «героизм».

За последние годы в культуре укрепился юмористический тезис: «С каждым годом советские актеры играют все лучше». Сущность которого заключается в том, что игра персонажа советского кино не только высока с точки зрения профессионализма, но и неотделима от реальности, в буквальном смысле это говорит о чисто условном существовании четвертой стены. Всё, что происходит на экране признано настоящим, а люди, вовлеченные в сюжет воспринимаются не иначе как старые знакомые.

Наряду с советской кинореальностью в современной медиа-индустрии выделилось новое явление, получившее широкое распространение в рекламе, когда известный персонаж из советского кино становится лицом рекламной компании, а на музыку популярных песен из кино пишутся новые слова с рекламой определенного продукта. В качестве примера можно привести недавнюю рекламную компанию экосистемы «Сбер» с героем популярного советского фильма «Иван Васильевич меняет профессию» Жоржем Милославским в исполнении Леонида Куравлева. Более 30% рекламных роликов на телевидении составляют, сюжеты, в которых на привычную и знакомую многим зрителям музыку накладывают рекламные тексты продуктов. Так, известная песня «Разговор со счастьем» композитора Александра Зацепина из того же кинофильма «Иван Васильевич меняет профессию» стала саундтреком для рекламы сервиса по доставке еды Delivery Club, а песня «Я так хочу, чтобы лето не кончалось» в исполнении Аллы Пугачевой преобразована для рекламы сервиса по поиску работы «Зарплата.ру». Достаточное количество примеров данной направленности позволяет говорить о тенденции в построении симулякров на основе кинореальности, в которой объектом рекламы становится ностальгирующий по Советской эпохе человек.

Таким образом мы можем сделать вывод о наличии связей между антропологическим ядром кинореальности Советского времени и тех проекций на современную повседневность, в содержании которой мы усматриваем очевидную преемственность. Иерархический уровень советского кинематографа в системе образов культуры массового человека в современности имеет огромное значение.

Источники и литература

- 1) 1. Бодрийяр, Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. Екатеринбург: Изд-в Уральского университета, 2000
- 2) 2. Вейцман, Е. М. Очерки философии кино. СПб., 2000
- 3) 3. Сычева, Т.А. Кинематограф XX века в киноэстетике Жиля Делеза М., 2008