

Экранная культура как форма существования современной мифологии

А. Н. Гулимова

(МОСКОВСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ)*

В статье раскрывается проблема, связанная со способностью экранной культуры к мифологизации реальности. Эта реальность массмедиа выступает в современном обществе как способ управления массовым сознанием, как одна из манипулятивных форм.

Ключевые слова: экранная культура, современная мифология, манипуляция сознанием, коллективное бессознательное, социальный миф.

Screen Culture as of Form of Contemporary Mythology Occurrence

A. N. GULIMOVA

(MOSCOW PEDAGOGICAL STATE UNIVERSITY)

The article clears up the problem that is connected with the screen culture's aptitude for reality mythologization. In contemporary society this reality of mass media is a way for mass consciousness control as one of the manipulative forms.

Keywords: screen culture, contemporary mythology, consciousness manipulation, collective unconscious, social myth.

Современная экранная культура существует как мифологическая реальность, подчиняющая сознание человека собственным законам функционирования. Манипулятивная «гениальность» современного способа формирования мифологической картины мира заключается в том, что человек не видит искусственности созданных информационных сообщений. Ранее, при существующей идеологической тоталитарной системе, достаточно было заронить тень сомнения хотя бы в какой-то ее части, как тотчас же под сомнение попадала вся система воздействия на человека. Разрушение одного из идеологических или политических мифов неизбежно влекло крах всей системы. Так было с идеологией в СССР. Сейчас складывается совершенно иная ситуация: в случае если часть системы дискредитирует себя, это отнюдь не означает полного краха системы, она продолжает существовать дальше. Главным организующим принципом этой системы является децентрализация, или «ри-

зоматичность», в терминологии Ж. Делеза и Ф. Гваттари (Делез, Гваттари, 1990), приводящая к эклектичности восприятия мира, порождающая ситуацию полной включенности в существующие мифологические реальности — идеологические, психологические, политические.

Информация, предоставляемая сегодня средствами массовой коммуникации, Интернетом, позволяет говорить о том, что содержанием основного идеологического мифа в современном обществе является неолиберализм, мифология которого складывается из таких компонентов, как демократические ценности, рыночные отношения, правовое государство. Данные ориентиры выступают в качестве тех идеалов, к которым стремится западное общество и современная Россия, однако на экранах телевидения и кино эти ценности мифологизируются и превращаются в средства идеологической экспансии.

Это связано с тем, что современная экранная культура предстает как культура ми-

* Гулимова Анастасия Николаевна — аспирант кафедры культурологии Московского педагогического государственного университета. Тел.: +7 (495) 438-23-31. Эл. адрес: kafedra-cult@mail.ru

фологическая в своей основе, а миф нечувствителен к рациональным аргументам, его нельзя отрицать с помощью доказательств; миф обладает качеством целостности, связывая в рамках единой реальности противоположные и взаимоисключающие картины мира. Наконец, миф обладает способностью к выстраиванию мира как непротиворечивого, гармоничного и целесообразного. Эти качества мифа и мифологических систем позволяют им оставаться ведущим способом структурирования мира в переломные периоды, причем не только во время природных и социальных катаклизмов, а также идеологических кризисов, но и в моменты индивидуальных психологических потрясений.

На наш взгляд, исследование мифа как феномена культуры, оказывающего влияние на современную экранную продукцию, может быть основано на следующих подходах:

— культурологическом, в том числе исследующем мифологическое мировоззрение как систему, с помощью которой возможно восстановление иллюзорной целостности мира;

— этнографическом, изучающем роль мифа в первобытном и традиционном обществах, прослеживающем его взаимосвязь с ритуалами, религией, философией, вычленяющем основные архетипы и намечающем пути их использования в экранной культуре;

— филологическом, рассматривающем миф в качестве источника жанров кино, вечных сюжетов, узнаваемых персонажей, а также с точки зрения анализа образных выразительных средств, фольклорных традиций;

— философском, суммирующем мировой мифологический опыт, рассматривающем мифологическое сознание как систему координат восприятия человеком окружающей действительности, понимания смысла бытия;

— психологическом, исследующем мифологическое мышление как плод иллюзорных представлений о действительности с целью психологической компенсации, укрытия от ужасов реального мира.

Подчеркнем, что З. Фрейд рассматривал построение индивидуальной мифологии как шаг, посредством которого индивид выходит из массовой психологии (Фрейд, 1991: 422–480). Отсутствие больших нарративов дискомфортно для человека обыденного сознания, он испытывает потребность в ежедневном поверхностном восприятии обрушивающегося на него потока информации, в том числе продукции, создаваемой экранной культурой.

В этой связи М. Маклюэн в исследовании «Галактика Гутенберга» рассматривал историю культуры как процесс смены тех или иных видов массовой коммуникации (Маклюэн, 2003). Его типология имеет прямые параллели с этапами развития и «социальной реализации» интересующей нас новой мифологии. Переноса теорию М. Маклюэна на соотношения теорий мифологии с реалиями экранной культуры, можно выделить основные этапы развития мифологии, которым соответствуют основные типы культуры: дописьменный, когда мифологическая коммуникация осуществлялась устно-слуховым способом; письменный, который знаменовал собой приход визуального типа культуры; книгопечатный, с характерным для него ороакустическим типом; аудиовизуальный тип культуры.

Задачей современного типа культуры, по М. Маклюэну, является восстановление сенсорного баланса: примерно равная нагрузка на зрение и слух не только более физиологична, но и более интенсивна. Однако зрение различным образом функционирует при потреблении продукции экранной культуры и при чтении. Процесс восприятия зрительного эмоционального образа экранной культуры не требует интеллектуального напряжения, именно поэтому телевизионные образы, представленные в формате экрана, оказывают сильное влияние на массовое сознание и возможность манипулирования им. Именно телевизионная картинка, как отмечает В. М. Межуев, «более эффективна в своем разрушительном воздействии на способность суждения, т. е. на способность

человека самостоятельно мыслить» (Межуев, 2001: 98). У зрителей, привыкших к постоянному потреблению экранной продукции, психика работает в режиме не осмысливающего восприятия, а импульсивного реагирования. Подобный режим работы психики способствует нерегулируемому поведению, делает человека уязвимым для всякого воздействия. Постоянная перегрузка восприятия приводит к клиповому манипулированию смысловыми единицами. Возникающий в результате привычки постоянного потребления экранной продукции ценностный коллаж восприятия становится базой мифологизации сознания современного человека.

Известно, что чтение развивает абстрактное мышление, тренирует концентрацию внимания и умение выстраивать объемное, образное представление о предмете. «Человек не-читающий» утрачивает легкость ассоциаций, эмоциональную тонкость восприятия, способность к творчеству. Впоследствии он начинает воспринимать виртуальный вариант телевизионной продукции в качестве реальности окружающей действительности и не замечает, как происходит замена глубоких чувств поверхностными, эмоциональными реакциями.

Все это порождает восприятие действительности не как целостности, а как совокупности фрагментов, что влечет за собой распад целостной картины мира и распад внутреннего мира человека на несколько параллельных миров, в одном из которых он живет, в другом — творит, в третьем — работает, в четвертом — отдыхает, в пятом — любит и т. д. «Распадающееся» сознание человека испытывает потребность в бегстве от действительности — это «уход» в компьютерные игры, наркотическая или алкогольная зависимость и т. д. Все это порождает невозможность адекватного самоопределения личности.

Мы разделяем мнение о том, что модные сегодня и декларируемые средствами массовой информации, в том числе и кинематографом, пророчества гибели культуры или ожи-

дания конца света выполняют функцию привлечения внимания людей к угрожающим тенденциям в нашей жизни. Эта угроза отвлекает внимание большинства от реальности с ее насущными проблемами и порождает несоответствие между уровнем ожиданий и уровнем притязаний современной экранной культуры: с одной стороны, предстает картина умирающей культуры, на фоне которой человек немощен и бесперспективен, с другой — современные достижения в области естественных наук, психологии, медицины и искусства свидетельствуют о наличии мощного духовного потенциала, который «требует» реализации и становится едва ли не угрозой для общества и культуры.

Психологи считают, что это несоответствие порождает внутренний конфликт личности, который ведет к стрессу и способен неожиданно «прорваться» на поведенческом уровне. Переноса данный процесс на современную экранную культуру, получаем некое ожидание взрыва, которое, хочется верить, разрушит в первую очередь модель отношений, которую Э. Фромм выразил формулой «человек человеку — товар» (см.: Огурчиков, 2010: 131). К сожалению, именно такая модель постулируется современным отечественным кино. Примеров можно привести много: «Отрыв» (реж. А. Миндадзе), «Жара» (реж. Р. Гигинеишвили), «Семь кабинок» (реж. Д. Месхиев), «Эйфория» (реж. И. Вырыпаев), «Дедайн» (реж. П. Руминов), «Свободное плавание» (реж. Б. Хлебников) и др.

Интересно, что в американском и западном кинематографе тема ожидания конца света и гибели цивилизации и культуры уступила место созданию цивилизации на ином уровне, либо отдельным ее представителям, внутренний мир которых — «новая цивилизация», построенная по новым законам. Причем путей «иногo» существования может быть несколько.

Первый путь. Созданная на экране с помощью компьютера или «мирового» искусственного мозга новая цивилизация с типичным для нее абстрактным неживым новым

героем, в которой отношения целеполагания и смысла бытия доведены до абсурда, а идея всеобщего социального и культурного обмена человечества реализована «через» создание на экране людей-марионеток, которым не дано ведать, что они творят. Например: «Матрица» (реж. братья Вачовски), «Бразилия» (реж. Т. Гильям) и др.

Второй путь представляется нам путем переноса внутренней (с точки зрения социума) ненормальной реальности на окружающий мир и одержание победы над миром собственной реальностью. Например: «Форест Гамп» (реж. Р. Земекис), «Игры разума» (реж. Р. Хоуард) и др.

Третий путь — внутри самого человека, разрушающего на экране одновременно с собственной системой ценностей самого себя и ищущего путей создания внутри себя новой системы координат. Например: «Клик» (реж. Ф. Корачи), «Запятнанная репутация» (реж. Р. Бентон) и др.

Таким образом, выделяются три типа новой мифологии, порождаемой современной экранной культурой. Каждый из этих путей предлагает свою «новую цивилизацию», построенную по иным, «вне-культурным» законам. В первом случае — это виртуальная мифологическая мегареальность, этот тип реальности создается компьютерными технологиями и переносится на окружающий мир, захватывая и подчиняя его себе. Во втором случае — это мифологическая реальность психически больного человека, которая выходит за рамки собственных фантазий и заставляет окружающий мир вписываться в собственную деформированную реальность. Наконец, в третьем случае — это мифология «человека всем обладающего и всемогущего», но совершенно беспомощного перед решением личных или семейных проблем. В отличие от первых двух типов, здесь происходит перенесение системы ценностей окружающего мира во внутреннее пространство личности, разрушительный результат данного процесса и заставляет личность вопреки социуму и культуре обрести межличностную, «внесоциальную» реальность.

Современная экранная культура, являясь одним из сильнейших видов массового воздействия, превращается сегодня в проводника стереотипов межличностных отношений. Именно поэтому, оттого, что представляет сегодня экранная культура, зависит, будет ли разрушена или воссоздана система межличностных и социокультурных ценностей и жизненных смыслов. В. Франкл писал, что человечество делится в зависимости от понимания смысла жизни на три основные категории. Первая категория людей, как правило, вообще не задумывается о смысле жизни: это так называемые обыватели. Вторая — задумывается однажды и отвечает себе на этот вопрос: это категория ремесленников. Третья — всю жизнь время от времени задает себе этот вопрос, приходит к определенному пониманию смысла жизни, затем перерастает это понимание, снова ищет смысл: это творцы.

Переноса данную классификацию на мир экранной культуры, можно провести любопытную параллель: в мире экранной культуры можно встретить три типа фильмов, которые описанным выше образом решают проблему смысла жизни:

1. Проблема смысла не ставится и не решается (это большинство отечественных картин: «Жара», «Отрыв», «Дедлайн» и др.)

2. Проблема смысла жизни решается однозначно (в большинстве западных и американских картин: «Запятнанная репутация» (реж. Р. Бэнтон), «Пес-призрак» (реж. Д. Джармуш), «Ложное искушение» (реж. Р. Де Ниро) и др.).

3. Постоянный поиск смысла в произведениях экранной культуры — явление редкое для современного отечественного кино и все чаще и чаще встречающееся в западных, в том числе американских картинах: «Жизнь Дэвида Гейла» (реж. А. Паркер), «Королева» (реж. С. Фрирз) и др.

Отметим, что для нас важным является следующий факт: современная экранная культура в основном уподобляется первому и в меньшей степени второму типу. Употребляя терминологию Ж. Бодрийара, можно

сказать, что восприятие культуры как дара уступает восприятию ее как товара. Иными словами, современная экранная культура из способа духовного постижения мира становится способом обогащения — для одних и получением удовольствия — для других. Понятно, что к первой категории относятся те, кто производит продукцию экранной культуры, ориентируя ее именно на то, чтобы доставить максимальное удовольствие тому, кто за нее платит, не травмируя его, не заставляя ни о чем задуматься, не побуждая к исправлению ошибок и изменению своей жизни. Кино становится способом проведения досуга, теряя духовную и нравственную систему координат.

Понятно, что положение отечественного кинематографа осложняется тем, что оно не так давно приобрело рыночную ориентацию и вышло на мировой рынок. Этот процесс имел как позитивные, так и негативные последствия. Величина гонораров и стоимость услуг в Голливуде вскружили головы многим нашим соотечественникам, которые стали зарабатывать такие же, как в Америке, деньги с одним только отличием: продолжая делать некачественное кино. Экономическая функция рынка в современном обществе задает некую культурную модель подобной ориентации характера, что определяет систему ценностей культуры и общества. Об этом писал Э. Фромм: «Рыночное понятие ценности, которое означает превосходство меновой ценности над полезной, способствовало формированию сходного понятия ценности в отношении людей, и в частности в отношении человека к самому себе. Ориентацию характера, основанную на восприятии себя как товара, а именно меновой ценности, я называю рыночной ориентацией» (Фромм, 1990: 455).

Безусловно, следствием рыночной ориентации современной отечественной экранной культуры становится появление рынка образов, который позволяет манипулировать по-

ребителем современной экранной продукции. Мышление рыночным образом ориентированного зрителя становится способным быстро схватывать ситуацию, но только для того, чтобы иметь возможность ею обладать. Развитие быстрого навыка ориентирования в межличностной, социальной и культурной системе отношений приводит к развитию навыков сообразительности, но не мышления. Таким образом, познание окружающего мира сужается лишь до знакомства с его поверхностными свойствами, человек перестает задумываться о более глубоких, скрытых, сущностных сторонах. Весь описанный нами процесс и приводит к тому, что понятия «смысл жизни», «добро», «истина», «духовность» становятся для современного отечественного зрителя не востребованными. Однако мы считаем необходимым подчеркнуть, что рассматриваемые нами тенденции не означают того, что каждый отечественный зритель утратил стремление к поиску бытия и всецело погрузился в товарно-денежные отношения. В России кино традиционно было способом духовного осмысления действительности, и хочется верить, что таким оно и останется.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Делез, Ж., Гваттари, Ф. (1990) Капитализм и шизофрения. Анти-Эдип. М. : ИНИОН.
- Маклюэн, М. (2003) Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. М.
- Межуев, В. М. (2001) Феномен книги и национальное в культуре // Общество и книга: от Гутенберга до Интернета. М. : Традиция.
- Огурчиков, П. К. (2010) Традиции и проблемы экранной культуры в контексте современного коммуникативного пространства // Вестник Удмуртского университета. Вып. 1. Философия. Психология. Педагогика. С. 131–139.
- Фрейд, З. (1991) Психология масс и анализ человеческого «Я» // Фрейд З. Психоаналитические этюды. Минск.
- Фромм, Э. (1990) Бегство от свободы. М.