

УДК 316.74:7

Д. О. Дубицкая, аспирантка

кафедры социологии Института социальных наук,
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова
кв. 79, ул. Щорса 125/2, г. Одесса-36, 65036, Украина,
+38 048 716-70-70, dasha_wyst@mail.ru

ФУНКЦИИ КИНЕМАТОГРАФА В ПЕРИОД ОБЩЕСТВЕННЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Данная статья посвящена исследованию некоторых социальных функций кинематографа и их роли в социальной регуляции трансформирующихся систем. Комплексное использование социологических и психологических теорий позволяет на конкретном примере фильмов “Брат” и “Брат-2” рассмотреть способы формирования определенной социальной мифологии в период общественных трансформаций. Автор считает, что важнейшей чертой “массового” кино является использование архетипов коллективного бессознательного.

Ключевые слова: функции кино, мифологическое мышление, архетипы

Постановка проблемы в общем виде

Согласно структурно-функциональному подходу, представленные в фильмах образцы символики и действия имеют отношение к состоянию общественной системы и к структурным категориям публики. Они выполняют определенную роль в процессах системы (стабилизации, трансформации, дестабилизации) и имеют отношение к структурным категориям социума [1, с. 98]. Сейчас, когда социальные трансформации в странах СНГ перешли на новый этап развития, интересно по-новому взглянуть на фильмы, которые еще недавно были “культовыми” и изучить, какие значимые функции в обществе они выполняли и продолжают выполнять. Для “постперестроечного” периода поиск героя приобрел особую остроту и символический смысл. Герой того времени воплощал в себе традиции изображения героев американским кинематографом с новыми формирующимися стандартами “нашей” жизни, с проявлением наиболее ярких национальных черт и с идеями патриотизма (фильмы “Нежный возраст”, “Брат”, “Брат-2”, “Бригада”). Характерно, что сегодня фильмы о герое перестали снимать. Почему же он нужен был тогда? Ю. Сорока в статье “Возвращение героя” отмечала, что в то время принципиально важно было ответить на вопросы “Кто я?” и “Кто мы?”, а это невозможно без обращения к прошлому, причем как индивидуальному, так и всего общества в целом [2]. Кинематографические картины помогали зрителям найти утраченные идентичности и заново переосмыслить культурно-исторический этап пережитого периода “перестрой-

ки”. Таким образом, фильмы о герое выполняли ряд важных социальных функций.

Анализ публикаций по данной проблеме

Позволяет нам выделить основные функции кинематографа, а также механизмы воздействия кино на зрительскую аудиторию. В литературе встречаются различные виды оснований для классификации функций кино, а также бесконечный ряд самих функций [1, с. 48]. Однако их можно свести в три основные: художественную, социальную или социально-психологическую и психологическую функции. В них можно выделять различные подфункции. Художественная функция наиболее сложна в определении — она связана с искусством — явлением сакральным, иррациональным, дающим глубокое интуитивное и целостное понимание вещей. Социальные и социально-психологические функции включают в себя следующие подфункции — гносеологическую, идеологическую, коммуникативную, адаптивную и т. д. Функционально-психологический анализ акцентирует внимание на таких психологических функциях киноискусства, как эскапическая, компенсаторная и катарсическая [1, с. 102]. **Неразрешенной проблемой** остается создание структурированной, синтезирующей различные подходы к изучению кино, теории, а также отрыв теории от эмпирических исследований. **Цель данной статьи** — применить социологический и психологический подходы к изучению кино посредством анализа конкретного фильма, что позволит развязать проблему практического применения теоретических построений. Для этого необходимо решить следующие **задачи**:

- рассмотреть некоторые значимые социальные функции киноискусства и их роль в социальной регуляции в пределах постсоветского пространства;
- определить специфику воздействия кино на зрителя;
- применить теоретические разработки к анализу фильмов, характеризующих современный культурно-исторический этап.

В ходе исследования были выдвинуты следующие **гипотезы**:

- “постсоветское” кино как “зеркало” общества воспроизводит образы, характерные и необходимые для формирующихся социальных систем;
- эффективность воздействия кино на зрителя объясняется влиянием кино на уровне бессознательного.

Объектом для исследования выбраны фильмы “Брат” и “Брат-2”, так как эти фильмы являются определенным этапом в культурной жизни общества как для зрителей России, так и для всего постсоветского пространства. **Предмет** исследования — функции кино о герое в трансформирующихся обществах.

“Возвращение героя”, по мнению Ю. Сороки, восполняет дефицит сильного героя и самоуважающей идентичности [2]. Такой герой оправдывает социальные ожидания. По одному из отзывов в прессе о герое фильмов “Брат” и “Брат-2”: “Данила Багров с его дембельской метафизикой пред-

ставляет классический миф о прошлом герое — который прикрывает сперва первого встречного слабого, потом собственного брата, потом чужую по сути женщину, а потом страну-нацию-мироздание. На самом деле по киношным меркам (которые так сродни сказочным) все эти подвиги есть не более, чем защита собственного достоинства. На фоне остальных фильмов того периода, только “Брат” с его поэтизацией нехитрого принципа: “Мир — это Война” обладал романтической цельностью и внятностью” [3]. По мнению М. Корецкого, мифологическое мышление активизируется в переходные и переломные периоды развития общества, когда появляется необходимость в замене одних ценностей и норм на другие. Перемены вызывают в психике людей чувства незащищенности, растерянности и желание найти точку опоры. Для человеческого сознания создание мифа особенно важно, так как вера является не только социальным, но и антропологическим феноменом. Драматургия мифа должна быть простой, когда многозначность сводится к однозначности схем и стандартов, а человек усваивает готовые представления о мире. М. Корецкий сводит типологию современных социальных мифов к двум основным сюжетным линиям: мифы-идеалы и эсхатологичные мифы или мифы-ужасы. Мифы-идеалы выступают как нормативные модели в период нестабильности и непредсказуемости, когда у людей возникает потребность в позитивном герое. В кризисные периоды, когда на первый план выходят такие настроения, как смятение, бессилие, страх, паника, злоба, агрессивность, апатия, как раз и формируется так называемое катастрофическое сознание, которое выступает основанием для возникновения мифов-ужасов [4]. Отметим, что в западных кинотрадициях принято выпускать всевозможные фильмы-катастрофы, которые, кстати, пользуются большой популярностью. Во время “перестройки” в кинематографе нашей страны преобладала так называемая “чернуха”. Таким образом, создание мифов-идеалов, которыми являются фильмы “Брат” и “Брат-2”, знаменовало собой преодоление кризиса и начало становления новой идеологии и новых ценностей и в то же время обращение к корням и национальной идее.

Ю. Сорока отмечает также еще одну характерную черту для успешного процесса проекции-идентификации — это наличие хронологического кода в фильмах. Это “подключает к восприятию фильма иные дискурсы, конституирует поколение, связывает в единой нарративной схеме прошлое и настоящее, “до” и “после” эпохи социальных катаклизмов, разломов, аномалий. Мост во времени восстанавливает для героя самотождественность в трансформации” [2].

Таким образом, подтверждается зависимость между символическими образами кино и социальной структурой общества, проявляется важная функция кино — *функция “отражения” действительности*. Создавая определенную картину мира и являясь носителем социальной информации, пропагандируя определенные ценности и нормы, кинематограф осуществляет также *идеологическую функцию*. Образ героя-мужчины — это своего рода кинематографическая традиция, которая репрезентирует мас-

кулинность общечеловеческой культуры, когда герой изображается в трехмерном пространстве, в то время как женщина являет собой лишь иконический знак, помогающий глубже раскрыть образ героя. В то же время для стабилизирующегося общества значимость мужского героя определяется как символ мужского начала. Женское начало как символ созидания, преемственности, традиционности отходит на второй план, так как переходный этап общества нуждается в активной направляющей силе, в действии, преобразовании, изменении. Родственной идеологической функции является *мифологическая*. Соотнесение понятий “миф” и “социальный миф” как разновидность мифа к понятию “идеология” различно в разных источниках, начиная от отождествления, пересечения и заканчивая установлением отношений подчинения между понятиями [5; 6; 7]. В данной работе мы не ставим перед собой задачи решения этого вопроса. Нас интересуют то, что основой мифа и идеологии является мифологическое мышление.

“Массовое” кино использует общечеловеческие, изначальные образы и мотивы, которые К. Юнг называет архетипами. В этом заключается популярность “массовых” фильмов и их влияние на общественное сознание, в воздействии на коллективное бессознательное. “Когда воспроизводятся фантазии, они уже не основываются на личных воспоминаниях, речь идет о манифестациях более глубинного слоя бессознательного” [8, с. 71]. “Массовое” кино, являясь одним из видов “массового” искусства, не имеет автора как новатора и представляет собой, по мнению Дж. Фиске, “ресурс-банк потенциальных значений”, в котором тексты-оригиналы являются всего лишь нарративными структурами, не сохраняющими свой первоначальный смысл [9]. По мнению Жан-Луи Бодри, процесс воздействия кинематографа на зрителя заложен в феномене двойной идентификации. Идентификация с репрезентируемым персонажем осуществляется помимо воли зрителя и является вторичной; первичная идентификация — это отождествление взгляда зрителя со взглядом субъекта видения. В результате этого процесса зритель “одалживает” и ту идеологическую позицию, которую камера как субъект видения олицетворяет [10, с. 282]. Можно предположить, что особенность “массового” кино состоит в том, что зритель не просто “одалживает” идеологическую позицию, он сам является ее носителем.

Рассмотрим пример использования архетипов “свой” и “чужой” в фильмах “Брат” и “Брат-2”, где идентификация главного героя фильма Данилы является ключевой темой и, многократно повторяясь, воспроизводит миф о братстве. Принадлежность к определенному роду, племени, тотемной группе является первым самоопределением человека. Для этого недостаточно родиться в племени, а нужно обязательно пройти обряд посвящения, который имеет социальное значение — индивид приобщается к числу полноправных членов тотемической группы [11, с. 162]. В “Брате” Данила приезжает в незнакомый город после войны, он здесь чужой, и единственной связью с новым миром служит брат, у которого он ищет поддержки. Его мир поделен на черное и белое, а люди на “своих” и “чужих”, братьев и небратьев. “Ну что, брат?!” — обращается к Даниле непонятный тип. “Ты

мне не брат” — отвечает герой, для которого понятие братства имеет сакральное значение. Особую роль в жизни Данилы играет старший брат Татарин: “Он был мне вместо отца”, — говорит Данила. Отец — это сила, основанная на правоте, которая достойна признания и уважения. Однако по З. Фрейду, отец — это еще и жестокий самец, который уничтожает восставших против него сыновей до тех пор, пока они не становятся сильнее: тогда они объединяются и убивают его [12]. Данила надеется на брата, но постепенно сам начинает защищать себя и помогает Татарину выполнять работу наемного убийцы. Благодаря своим представлениям о справедливости и чести он замещает старшего брата, проходит необходимую инициацию, не ставя перед собой такой цели. Брат же, напротив, не выдерживает испытания и гибнет как авторитет, так как приоритетным для него являются личные интересы. О смене ролей говорят следующие эпизоды: в начале фильма “Брат” мать направляет младшего брата к старшему, а в части “Брат-2” уже Данилу она ставит в пример Татарину, и теперь старший брат едет за помощью к младшему. Таким образом, миф о братстве поднимает две проблемы — неоднородность и полярность социального мира, который состоит из “своих” и “чужих” и трудности самоопределения и социализации в этом мире, а также принципы распределения силы и власти между людьми.

С точки зрения психологического анализа востребованность фильмов о герое обуславливается компенсаторной и катарсической функциями. Подтверждением *компенсаторной функции* является появление фильмов, восполняющих “дефицит” на героя. *Катарсическая функция* проявляется в снятии напряжений психики индивида. По мнению З. Фрейда, цивилизованный человек живет в социальном мире многовекторности, толерантности, который не дает реальному выходу ненависти. Многие западные психологи считают, что фильмы с насилием способны снять довольно высокую степень враждебности и агрессии [1, с. 103].

Итак, мы выделили и рассмотрели две социальные функции кинематографа — отражения действительности и идеологическая, которые играют значительную роль в период нестабильности социальной системы и которые необходимы для конструирования новой реальности. При этом важное место занимают психологические, такие как компенсаторная и катарсическая функции кинематографа, так как в период трансформаций человеческая психика становится хрупкой и уязвимой. Мифологизация мышления также является важным показателем социальных процессов в обществе и обычно проявляется тогда, когда необходимо сформировать целостную картину мира. Она помогает преодолеть мозаичность, разорванность реальности и придает ей смысл.

Литература

1. Жабский М., Тарасов К., Фохт-Бабушкин Ю. Кино в современном обществе: Функции-воздействие — востребованность. — М., 2000.
2. Сорока Ю. Возвращение героя // Социологический журнал. — 2003. — № 3.

3. www.s-bodrov.narod.ru
4. Корецкий М. Миф в системе социальной регуляции. — www.philosophy.ru
5. Попова И. М. Повседневные идеологии. Как они живут, меняются и исчезают. — К., 2000.
6. Топоров В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ. — М., 1995.
7. Лобок А. М. Антропология мифа. — www.edunet.ru
8. Юнг К. Психология бессознательного. — М., 1998.
9. Современные концепции эстетического воспитания. — www.philosophy.ru
10. Малви Л. Визуальное удовольствие и нарративный кинематограф // Антология гендерных исследований // — Минск, 2000.
11. Анисимов А. Этапы развития первобытной религии. — М-Лен, 1967.

Д. О. Дубіцька

кафедра соціології Інституту соціальних наук
Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова
кв. 79, вул. Щорса 125/2, м. Одесса-36, 65036, Україна

ФУНКЦІЇ КІНЕМАТОГРАФУ У ПЕРІОД СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Резюме

Ця стаття присвячена дослідженню деяких соціальних функцій кінематографу та їх ролі в соціальній регуляції систем, що трансформуються. Комплексне використання соціологічних і психологічних теорій дозволяє на прикладі фільмів “Брат” і “Брат 2” розглянути засоби формування певної соціальної міфології у період суспільних трансформацій. Автор вважає, що однією з головних рис “масового” кіно є застосування архетипів колективного несвідомого.

Ключові слова: функції кіно, міфологічне мислення, архетипи

D. O. Dubitskaya,

sociology department of Institute of Social Sciences,
Mechnikov National University of Odessa
apt. 79,152/2 Shchors str., Odessa-36, 65036 Ukraine

THE SPECIFIC NATURE OF CINEMATOGRAPHY FUNCTIONS DURING SOCIAL TRANSITION

Summary

The following article is devoted to cinematography social functions researching and their role in the social regulation of transforming systems. The author considers the movies “Brother” and “Brother 2” as actual examples of the use of integrated sociological and psychological theories that allow seeing the creation ways of certain social mythology during social transformations. In the article is supposed the most important features of “mass” movies are the use archetypes of collective instinctive.

Key words: the functions of cinema, the mythological thinking, archetypes