

УДК 316.77 + 316.485.25

ИНДУСТРИЯ ОБРАЗОВ ВОЙНЫ

Е.Г. Прилукова

В статье рассматриваются специфика современного общества, как общества глобальной коммуникации и всеобщего потребления. Человек воспринимает мир в виде визуальных образов (симулякров) средств массовой коммуникации и информации, продуцирующих виртуальную реальность. Мир становится конструктором из образов-симулякров.

Ключевые слова: реальность, теле-виртуальная реальность, средства массовой коммуникации и информации, медиа-образ, конструирование, война.

Одна из основных характеристик настоящего времени – стремительное «вторжение» средств массовой коммуникации и информации в различные сферы жизнедеятельности человека и общества, что создает условия для установления их господства в восприятии и конструировании картины мира, в которой господствует визуальный образ. Благодаря непрерывному производству и тиражированию экранных образов создается виртуальная реальность, навязываемая огромному числу людей. Постепенно устанавливается власть образов, представляющая собой результат применения различных технологий, воздействующих на сознание. Логика цифрового кода техники нашла продолжение в деятельности – человек подражает технике, а техника подражает ему – они становятся трудно отличимыми друг от друга. Так человек и техника стали единым целым, и образы реальности начали задавать саму реальность – форма одерживает победу над содержанием.

Понимая под образом «форму перцептивной мыслительной репрезентации когнитивной информации об объектах, событиях, отсутствующих в поле восприятия» непосредственно [4], тем не менее, следует обратить внимание, что специфика восприятия образов, созданных высокотехнологичными масс-медиа (телевидением и компьютером), продиктована не только природой техники, но и самого человека. Да и в основе психологии воспринимающего образы зрителя кроется принятие чужого взгляда как своего, потому что человек склонен верить увиденному [2, 3, 5 и др.]. Восприятие с экрана с раннего детства ассоциируется с реальностью («лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать», – гласит народная мудрость) и требует значительно меньше когнитивных усилий, поскольку «картинка» уже готовая – ее не нужно создавать. Телевидение, а затем и компьютер, по своей сути стали средством продолжения человека и, по справедливому замечанию М. Маклюэна, они удлинители, прежде всего, его глаз, который «оторвавшись» от человека, самостоятельно «путешествует» в простран-

ве и времени [2]. Компьютер оказался способным продолжить человека безгранично в целом (компьютерная мышь как продолжение руки и т.п.).

Сформировался мир образов, который подобен гигантскому калейдоскопу – «это непрестанно формирующийся контур вещей, рисуемых сканирующим лучом» [3, с. 358]. Более того, этот «сканирующий луч» начал транслировать смыслы и ценности, тиражируя образы в качестве образцов. Так мир постепенно становится виртуальным, состоящим из симулякров в чистом виде, ведущих к тому, что «весь видимый универсум превращается в *образ* пространственно-временной организации деятельности человека» [5, с. 141]. Развиваясь, образы существенно влияют на восприятие человеком мира и самого себя – он (человек) начинает мир конструировать, определяя свое место в нем. Постепенно масс-медиа начинают «производить» мир в сознании людей: «все человеческие чувства (любовь и ненависть, вера и безверие, надежда и безысходность и т.п.) находят в них общезначимое выражение. Зрелищность и многоплановость образов дает возможность для поглощения реальности видимой яркой «картиной», их бесконечное число говорит о мире искренне и так доверительно, что человек ни на минуту не задумывается об их подлинности, он верит им. Разве можно не верить собственным глазам?!» [5, с. 31]. Однако на самом деле образ, предложенный на экране, не есть наш образ – он создан кем-либо и предъявлен нам, но зритель об этом забывает, поскольку он поглощен самой «картинкой». Телевидение и компьютер непрерывно создают бесчисленное множество ярких образов, переплетающихся между собой.

Все это можно сказать и об образах войны, создаваемых и воспроизводимых многократно масс-медиа. Образ войны есть определенный набор представлений о ней, заключающий в себя как интеллектуальные, так и эмоциональные элементы, он динамичен. Война предстает в образах средств массовой информации и коммуникации чаще всего не с позиций науки, права, морали или художественного творчества, а с позиций зрелищности и подчиняется правилам мифодизайна. На смену рационально-критическому осмыслению войны приходят архаичные формы мышления в виде мифов о войне, зафиксированных в образах теле-виртуальной реальности. С помощью этих образов, с одной стороны, зритель «проникает» и «погружается» в прошлое, с другой стороны, они эффектно конструируют реальность. Война как «начало конца моей жизни» [1, с. 12], в медийных образах на экране превращается из трагедии в яркое зрелище, зачастую напоминающее увлекательную игру. Причем начать и закончить эту игру можно в любое время, выбрав кнопки «stop», «play» или «of». Эмоциональный компонент доминирует над рациональным при восприятии образов медиа средств. Обусловлено это и тем, что к глазу как основному средству восприятия, подключаются другие органы чувств, сигналы от которых с различной скоростью поступают в мозг человека. Он (мозг) обра-

батывая эти сигналы, оказывается порой перегруженным от информации поступающей извне – с экрана. В результате сила влияния симулякров снижает остроту восприятия и как следствие реальность «обесцвечивается», становится эмоционально невыразительной, блеклой. Актуальная реальность замещается виртуальной, более яркой и привлекательной.

Справедливости ради, следует отметить, что эмоциональное участие в происходящем на экране зависит не только от зрелищности сюжетов, но и от многих других факторов. Культура общества и человека во многом оказывают влияние на восприимчивость к образам и их героям. Одним их важных элементов общей культуры выступает социальная память. К сожалению, она «уходит» на второй план в современных образах войны, потому что реальность стало возможным интерпретировать и переинтерпретировать неоднократно, она (реальность) превратилась в текст, состоящий из особых знаков и символов – из образов или симулякров.

Следует обратить внимание еще на одну существенную характеристику нашего времени – сформировавшееся общество тотального потребления. Общество потребления понятие не только экономической науки, оно вполне применимо и к другим отраслям знания. Человек, сидящий у экрана тоже потребитель – он потребитель образов экрана. Поэтому вполне логично, что телевидение и видео подчиняются требованиям стимулирования потребительского спроса на образы. Редакции различных каналов, как зарубежных, так и отечественных, заняты не только удержанием своего зрителя, но и непрерывным поиском нового. С этой целью они разрабатывают различные стратегии «захвата» зрителя, в том числе и путем создания огромного количества фильмов о войне.

Так известный американский режиссер М. Бэй, создатель фантастического «Армагеддона» (1998), в поисках нового зрителя создал фильм о любви на войне – «Перл-Харбор» (2001), названный кинокритиками одновременно боевиком, драмой и мелодрамой. Используя исторические факты – нападение японцев, обращение президента Ф. Рузвельта к своему народу и др., показал противопоставление добра и зла, представленных в образах американцев и японцев соответственно. На первый план в фильме выведена любовь к своей стране и долг, любовь как взаимоотношения мужчины и женщины всячески подчеркивает эти качества американского гражданина. Тем не менее, зритель вместе с героями фильма «проживая» эмоционально и всю историю любви молодых людей, обретает уверенность в непобедимости и справедливости действий США, убеждается в глупости японцев. Так незаметно и ненавязчиво образ «благополучной и справедливой Америки» проникает в сознание зрителя.

Относительно отечественных фильмов, создающих образы войны важно отметить, что они от фильмов, обращающихся к глубинным пластам сознания, проделали путь к фильмам, ориентирующимся на сиюминутный эмоциональный эффект.

Фильм М. Калатозова «Летят журавли» (1957), удостоенный «Золотой пальмовой ветви» Каннского фестиваля в 1958 г. можно смело называть шедевром советского кинематографа о войне. Несмотря на господствующую в стране идеологию показал не только любовь к Отечеству, верность и веру в справедливость, но и любовь к человеку. Фильм-драма о войне, отчетливо показывающий, что человек войны находится постоянно на грани жизни и смерти, его поведение прямое отражение войны как трагедии, когда обычные люди оказались перед испытанием войной, и не всем это дано вынести. Даже современный зритель практически неискушенный великолепной игрой актеров, «живет» вместе с героями фильма и понимает энергетику жизни, наполняющую фильм. Каждая фраза, произнесенная героями фильма, заключает в себе глубокий смысл, каждый сюжет наполнен мыслью, что там, где есть любовь, нет места войне. В традициях русской культуры художественными средствами осмысливается внутренний духовный мир человека войны – мир человека, отстоявшего жизнь ценою жизни, человека подлинной веры, надежды и любви.

В «Балладе о солдате» (реж. Г. Чухрай, 1959) и «Судьбе человека» (реж. С. Бондарчук, 1959) средствами кинематографа раскрывается, прежде всего, духовный мир человека войны. Герои фильмов прочувствовали и осознали смысл войны, зовущий их «встать и защищать до смерти то, чем он жил доселе, что он любил и чему служил [1, с. 15].

Девятнадцатилетний солдат-мальчишка Алексей Скворцов, успевший стать взрослым и совершить подвиг, в короткий отпуск домой обещает матери вернуться с войны. Солдат не выполнит своего обещания вернуть – он погибнет. Типичная история человека войны, за которой скрывается глубокий смысл войны: война – трагедия, где цена жизни сама же жизнь, смерть оплачивает жизнь. Алеша – один из тех, кто навсегда останется девятнадцатилетним, оставшись на войне, которая никого не щадит, она отнимает жизнь. Фильм «Баллада о солдате» – баллада о человеке, ставшем солдатом.

Бывший солдат Андрей Соколов из «Судьбы человека» переживает первую послевоенную весну, которая подарила ему сына Ванюшку. Война лишила его семьи и дома, заставила пережить каторжный труд и голод в плену. Более того, война вынудила убивать человека. В судьбе одного человека отражается жизнь всей страны, пережившей войну. Этот человек, как и страна, преодолет многое на своем пути, чтобы вырастить новую жизнь, которая повзрослев, останется честной и достойной памяти своих отцов.

В начале 70-х гг. прошлого столетия на экраны выходит киноопея о войне – фильм Ю. Озерова «Освобождение» (1969–1971), отразивший средствами кинематографии не просто военное прошлое как цепь событий, а *со-бытийность* времени, дух народа. Несмотря на то, что фильм много-

серийный, его нельзя называть телесериалом, потому что он создан не по жанрам сериала. Хотя фильм снят в соответствии с канонами кинематографа того времени – он подчиняется господствующей идеологии.

Вкрапление в телевизионные фильмы документальных кадров и игра актеров-фронтовиков (Ф. Бондарчук, Е. Матвеев, Ю. Никулин, В. Шукшин и др.) позволяли зрителю проникнуть в смысл войны и понять богатый внутренний мир героев кинематографа. В образах человека на войне художественными средствами раскрывались глубины человеческой души, о которой не принято было вести разговор коммунистам.

В фильмах советского времени отчетливо прослеживается верность художественной традиции исторической памяти, чего нельзя сказать о значительной части фильмов военной тематики современности.

Прежде всего, эпоха перестройки существенно изменила формат представления войны и человека войны – началась эпоха телесериалов. Война на телевизионном экране постепенно приобретает зрелищность, благодаря применению компьютерной графики. В сегодняшних фильмах о Великой Отечественной войне отчетливо переплетаются три темы: отношения друзей-сослуживцев, любовь и патриотизм. Однако в глубине этих чувств можно усомниться, потому что только за последнее десятилетие отснято около сотни телесериалов. Образы и язык героев создаются в строгом соответствии с жанром телесериала и американских боевиков: добро и зло сражаются на протяжении нескольких серий, «разрезаемых» рекламными вставками, герои легко узнаваемы и постоянно мелькают на экране не только в рамках сюжета фильма, но и буквально – актеры из одного сериала плавно «перетекают» в другой. Для того, чтобы добиться победы добро обязательно должно быть с кулаками и действовать по принципу «все средства хороши». Язык героев становится предельно конкретным, в их взаимоотношениях царят прагматизм и расчетливость, искренность чувств обретает «глянцевый» характер. Телесериал, по своей сути, есть способ репрезентации взаимодействия квазилюдей в строгом соответствии с правилами жанра. Яркий пример тому один из признанных лучшим среди зрителей Первого канала, сериал-драма «Разведчицы» (реж. Ф. Герчилов, 2013). Две девушки оказались вместе в разведшколе, куда судьба привела их вынужденно – одну обвиняют в измене Родине, другую – в убийстве. Смысл войны как защиты жизни утрачивается, когда служение Отчизне подменяется служением государству и рассматривается как единственный способ выжить. Однако насколько высока вероятность выжить на войне?

Если же фильм создается не как сериал, то он предстает как фильм-зрелище с большим количеством спецэффектов, выполняемых компьютерной графикой и демонстрацией элементов боевых искусств. Человек с его внутренним миром уводится на второй план – фильм обращается, прежде всего, к усредненному зрителю. Экран становится «мясорубкой культурного дискурса» [6].

Современные образы войны, созданные масс-медиа средствами, выполняют определенные функции в обществе, в числе которых можно выделить наиболее значимые.

Социальной ориентации – расширение и усложнение непосредственного социального опыта индивида и его социализация, потому что образы не только информируют, они предостерегают, советуют, убеждают и задают видение мира, демонстрируя индивиду его место в мире.

Аффилиации – приобщения к группе, сопричастности с ней – потребность человека быть приобщенным к одним группам и отмежеваться от других.

Коммуникации – общение с миром, не выходя за порог своего дома – мир на экране.

Образовательная – замещение педагога материалом с экрана и самостоятельное «прочтение» истории.

Воспитательная – формирование человека определенного типа – типа homo electronicus, жадно впитывающего истины, наводнившие экран.

Компенсаторная – можно решить возникающие проблемы, выразить себя, пережить как сбывшиеся в реальной жизни стремления, которые менее всего в состоянии осуществить, снять напряженность повседневной жизни.

Управленческая – монополизируют коллективные истины и конструируют социальную реальность, освобождая людей от архетипов индивидуального сознания, апеллируя к коллективному бессознательному, превращаясь в средство *манипуляции сознания и властвования над человеком*.

Таким образом, представление войны в наши дни в образах экрана есть не что иное, как мифотворчество, а не осмысление объективной реальности, в том числе и художественными средствами. Образ войны далеко неоднороден, он многопланов, распадается на множество субобразов, выстраивающихся в сложную иерархию. Телевидение и видео превращаются в индустрию образов войны. Их можно критиковать, ими можно возмущаться, тем не менее, наличие их следует признать как факт актуальной реальности настоящего времени, нуждающийся в глубоком осмыслении.

Библиографический список

1. Ильин, И.А. Духовный смысл войны / И.А. Ильин. – М.: Типография Т-ва И.Д. Сытина. – 1915. – 68 с.
2. Маклюэн, М. Галактика Гуттенберга: становление человека печатающего / М. Маклюэн; пер. с англ. – М.: Мир, 2005. – 495 с.
3. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн; пер. с англ. – М.: Жуковский, 2003. – 346 с.
4. Меркулов, И.П. Образ / И.П. Меркулов // Философия: Энциклопедический словарь / под ред. А.А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. – С. 594.

Наука ЮУрГУ: материалы 67-й научной конференции
Секции социально-гуманитарных наук

5. Прилукова, Е.Г. Власть образов: знаково-символическое бытие власти / Е.Г. Прилукова. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2011. – 204 с.
6. Разлогов, К. Экран как мясорубка культурного дискурса / К. Разлогов // Языки культур: взаимодействия / сост. и отв. ред. В. Рабинович. – М., 2002.