

наш взгляд, становится всё более похож, на мир финансовых корпораций и над этим стоит серьёзно призадуматься.

В контексте проводимого исследования сделан шаг к попытке осмысления проводимой политики Великобритании, однако, стоит выделить перспективы и перспективность дальнейшего исследования этой проблемы, вследствие незаконченности данной проблемы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Руднев В. Великобритания накануне XXI века. Европейский союз и процесс деволуции в Шотландии // Европа на рубеже третьего тысячелетия: народы и государства. Сб. статей. под ред. М. Ю. Мартыновой, Н. Н. Грацианской. – М., 2000. – С. 6–25.
2. Ерёмкина Н. Проблема статуса Шотландии в 90-ые годы XX века: дис. ... канд. ист. наук: 07.00.03 / – СПб., 2003. – 234 с.
3. Летамендия Ф. Построение Европы: региональный, государственный, надгосударственные уровни // Этничность. Национальные движения. Социальная практика: сборник статей. – СПб., 1995. – С. 164–177.
4. Сорокина В. Региональная политика в Великобритании / В. Сорокина // МЭМО. – 1996. – №6. – С. 136–139.
5. Мирский Г. «Общность судьбы» и национальное самосознание / Г. Мирский // МЭМО. – 1998. – № 4. – С.5–16.
6. Байергеев М. Великобритания: реформирование властной вертикали / М. Байергеев // Человек и труд. – 2002. – №1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://chel.ru/new/?p=25>.
7. MacCormick. Independence and constitutional change // The Scottish debate. – P. 52–64.
8. Maor M. Political parties and Party Systems: Comparative Approaches and the British Experience. London: Routledge, 1997. – P. 35–48.
9. Перегудов С. Тони Блэр / С. Перегудов // Вопросы истории. – 2000. – №1. – С. 64–82.
10. Россадэ Р. Социокультурный и этнокультурный подходы к проблемам преобразования Европы // Вопросы истории. – 2000. – С. 91–102.
11. Орлова М. Е. Модернизация и мирный процесс в Северной Ирландии / М. Е. Орлова // Полис. – 1998. – № 8. – С. 172–182.
12. Лейпхарг А. Демократия в моногосударственных обществах: сравнительные исследования / А. Лейпхарг. – М., 1997. – 287 с.
13. Урс А. Этнонационализм в Европе / А Урс. – М., 2000. – 367 с.

УДК 327:007:(084.122)

СПЕЦИФІЧНИЙ ВИД КОМУНІКАЦІЇ У МІЖНАРОДНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТА КУЛЬТУРНИХ ВІДНОСИНАХ: ВПЛИВ УНІВЕРСАЛЬНОГО КОДУ КУЛЬТОВОГО КІНО

М. Б. Срьомін, І. Ю. Чарських

Резюме. У даному дослідженні вивчається універсальний код культового кіно та його вплив на міжнародне середовище. Встановлено, що цей вплив не лише має місце, а й може у подальшому сприяти розповсюдженню національного українського коду.

Ключові слова: комунікація, міжнародне інформаційне середовище, універсальний код, культове кіно

Жовтень 2013 року викарбується у новітній історії країни днями Української культури у Лондоні, ключовою подією для формування іміджу нашої держави на шляху до європейського майбутнього. За допомоги провідних українських меценатів, які вже представляють Україну у міжнародному середовищі як зразки вдалого бізнесу, заінтересованого у розвитку та майбутньому своєї держави, жителі «Туманного Альбіону» отримали змогу наблизитись до української культури впритул, побачити її сучасне мистецтво, почути музику, ознайомитись, чим живе українська література.

Єдине, чого бракувало у цій, без перебільшення, ефективній та визначній події для продукування повноцінного іміджу – кінематографу. Всупереч заповітам Шевченка в Україні багато хто досі «цурається свого»: відношення до національного кінематографу досить-таки скептичне, хоча певною мірою кінематограф та окремі його види, такі як культове кіно, є потужним методом комунікації у сенсі обміну ключовою інформацією.

Такі специфічні види комунікацій в міжнародних культурно-інформаційних відносинах, як кінофільми, можуть забезпечити новизну досі невикористаних підходів, теоретичні засади яких ще потребують детальної розробки. Тому предметом наукового дослідження став універсальний код культового кіно та його вплив на міжнародне інформаційне середовище.

На жаль, джерел чи літератури, де проблема універсального коду культового кіно, саме як специфічного виду міжнародної комунікації, була б сформульована, практично досі не існує. Певні намагання систематизувати таке явище, як культове кіно, носять, здебільшого, поодинокий та роздроблений характер і простягаються у царині культурології та кінокритики (яскравий приклад – книга С. МакКарті «60 культових фільмів світового кінематографу» [1] 5]). Тим не менш, цим роботам бракує саме специфіки, яка вже є актуальною для нашого часу та умов стрімкого поширення глобального інформаційного простору, у рамках якого друге місце після новин за важливістю та кількістю переглядів займає культурний контент. У тому числі контент, сенс якого не є очевидним, але саме він за рахунок глибинного, емоційного контакту забезпечує значно більш плідну комунікацію, аніж контент новинно-політичного штибу. Яскравими прикладами є так звані «меми» та феномен «new media» – розважальний контент, спрямований на окрему, специфічну спільноту, яка розбирається у хитросплетіннях майже субкультурного інтернетівського фольклору, чи, що, може, навіть важливіше, хоче розбиратися – тобто потенційних користувачів. Досліджень цих явищ також ще небагато, а тому концептуалізація здебільшого хаотична, але практичний результат використання цього певними країнами для поширення своєї культурної традиції та свого контексту ми вже можемо бачити дуже чітко і яскравий приклад тому – Південна Корея, культурно-інформаційна експансія якої у світовій культурі багато чим заборгувала так званій «меметичності» окремих її представників, таких як музичний виконавець PSY. Оця «меметичність» є вже не лише чинником творення іміджу країни, а і досить-таки конкретних дій, підняття інтересу людей по всьому світу, певному притоку інвестицій за рахунок культурного діалогу. Мало хто, втім, помічає, наскільки подібним, майже ідентичним поняттю «меметичність» є ще один, більш старий неологізм – «культовість», який поширений у вузьких колах поціновувачів кінематографу. Враховуючи те, що багато з «мемів» походять з кінострічок та телесеріалів, можна сказати, що культове кіно було флагманом, першопрохідцем формування сучасного інформаційного міжнародного простору – адже ще до появи Інтернету кінострічки вже сприяли поширенню текстово-візуальної інформації про певні явища та країни. Один з провідних дослідників культового кіно С. МакКарті, кінокритик та актор, у своїй книзі «Cult Movies in Sixty Seconds» відмічає, що культові фільми здебільшого мають індивідуальну специфіку, зазвичай географічну чи професійну. Наприклад, фільм «Брати Блюз» (The Blues Brothers, 1980) «прописаний» у Чикаго [1, с. 47], «На голці» (Trainspotting, 1996) [1, с. 47] – у Единбургу; а фільми «Телемережа» (The Network,) [1, с. 191], «Удар по воротах» (Slap Shot, 1977) [1, с. 210–213] та «Уітнейл та я» (Withnail and I, 1987) [1, с. 214–217] є культовими для журналістів, хокеїстів (та поціновувачів цього виду спорту) та акторів відповідно. Тим не менше, С.МакКарті з подивом відмічає той факт, що така спеціалізація зовсім не відмінняє культової популярності фільму серед інших поціновувачів кіно, особливо у перших двох випадках, що, здавалося б, нелогічно. У

розділі присвяченому окремому фільму – «Хай тільки сунуться» (The Harder They Come, 1973) [1, с. 156–158], С. МакКарті дає одне з можливих пояснень, чому так стається на прикладі цього конкретного фільму, першого повнометражного фільму, зробленого на Ямайці, який «взяв на себе хоробрість познайомити з цією країною світ, який не мав до того ніякого уявлення про цей острів» [1, с. 156–158]. Це пояснення, чому фільм став культовим, є думкою самого його режисера – Пері Хензелла, який неодноразово відмічав, що фільм був, перш за все, величезним задоволенням для місцевої, ямайської, публіки, а також те, що при створенні фільму він намагався «спіймати» та передати «реальність» того, що відбувається (і як тут не згадати про «життя зненацька» Д.Вертова!). Хензелл пов'язує факт, що фільм вийшов далеко за межі країни з тим, що будучи просоченим місцевим колоритом і, водночас, реалістичним, він привертає увагу людей, які хочуть зазирнути у інший, незнайомий світ. На думку режисера, цей конкретний фільм не узагальнює людський досвід, а привертає глядача достовірністю своєї специфічності. Чи є «достовірність специфічності» нічим іншим як культурним чинником культовості, чи хоча б одним з них, пов'язаним з пошуком власної ідентичності у певних моментах фільму? Здається, відповідь на це питання може дати нам значний поштовх у розумінні міжнародної специфіки та проблеми культурної неоднорідності культового кіно та його універсального коду – сам факт того, що за рік до виходу на світові ринки альбому Боба Марлі «Хай тільки сунуться» сформував певний імідж цієї країни у «культових» прошарках суспільства, вже каже про те, що культове кіно є важливим чинником комунікації між країнами.

Чому ж Україна не може так яскраво заявити про себе кінематографом своєї країни? Тому що для більш плідної комунікації у таких випадках необхідно якщо не «грати за правилами», то хоча б говорити зі світом «однією мовою», як це зробив Хензелл, використавши у якості інструмента висвітлення достовірності ще і певні загальносвітові тенденції та традиції, які формують десь ледве помітний, а десь очевидний, код. У випадку України, як і більшості пострадянських країн, цей індивідуальний код, поки що, не може бути інтегрованим до універсального через те, що понад 80 років ці країни були одним цілим, та ще й ізольованим явищем під назвою СРСР. Усі відносини класифікації та ознаки культового кіно втрачають конкретні межі на теренах пострадянського простору. Списки культових фільмів Радянського Союзу, власне, ніхто не складав систематично, ніхто не порівнював тенденції з пострадянським простором. Складається така прикра ситуація, що, можливо, усі пострадянські країни гірше за Ямайку знають, як саме і якими фільмами їх імідж репрезентовано у інших країнах.

У якості невеликого експрес-опитування у рамках цього дослідження, у достатньо невеликій аудиторії з трьох десятків людей, студентів та викладачів провідних ВНЗ України, які були учасникам однієї з найбільших міжнародних студентських конференцій України з приводу актуальних проблем міжнародних відносин, нами було поставлено два запитання:

1) Які ви знаєте культові фільми?

2) Які ви знаєте українські культові фільми?

Відповіді були такими:

1) Трилогія «Хрещений батько» (The Godfather Trilogy, 1972–1990), трилогія «Володар Кілець» (The Lord of the Rings, 2001–2003), «Титанік» (Titanic, 1998), «Чарівник з країни Оз» (The Wizard of Oz, 1939).

2) «Білий птах з чорною відмітиною» (1970), «Тіні забутих предків» (1964), «Земля» (1930), «Штольня» (2006).

Обидва набори відповідей демонструють деяку повільну позитивну динаміку ідентифікування культового кіно у нашій країні. Проте найбільшу цікавість і цінність у нашому випадку становить саме другий набір відповідей, адже посеред хрестоматійних фільмів радянського культового кіно можна зустріти хоча б одного представника українського кіно часів незалежності.

У 2009 році директор Української кіно фундації, один із найчастіших представників інтересів України на великих кінофестивалях Андрій Халпахчі зазначив: «Потрібен такий фільм як «Тіні забутих предків». Не важливо, у якому жанрі. Головне, щоб він був знаковим. Тільки немає підходящого сценарію для цього» [2]. Типовою помилкою нашої кіноіндустрії є орієнтація на виключення з правил, а не на самі правила, одне з яких неписане, але важливе – кіноіндустрія, як така, залежить не від жанру кіно, а від рівню його «культовості», який з самого початку намагається налагодити «контакт» не з усією глядацькою аудиторією, а, для початку, – з певною її частиною. Наприклад, Пітер Джексон, який вивів кінематограф Нової Зеландії на принципово новий рівень, налагодивши співробітництво у цій сфері з США та іншими країнами світу, починав з культових фільмів у жанрі комедії жахів – «Поганий Смак» (Bad Taste, 1987), «Знайомство з Фібблзами» (Meet the Feebles, 1988) та «Мозок Мертвий/Жива Мертвечина» (Braindead/Dead Alive, 1992), а одна з найбільш прибуткових дивізій студії Warner Bros Pictures – New Line Cinema – починала як невелика студія, першим успіхом якої був фільм «Жах на Вулиці В'язів» (A Nightmare on Elm Street, 1984) Уеса Крейвена. Таке налагодження не є одноразовим – світова кіноіндустрія дуже швидко зрозуміла: у швидкоплинному міжнародному інформаційному середовищі треба не лише схопити «тренд», а й постійно шукати нові шляхи у його рамках. Означені фільми є розважальними, але це не заважає їм також бути культовими за багатьма параметрами, успішно та рентабельно (привабливо!) характеризувати свої країни: Нову Зеландію та США. Усе це стає можливим тому, що вони мають безліч трактувань у рамках універсального коду культового кіно.

Багато людей схильні ототожнювати поняття коду з поняттям шифру, наголошуючи на необхідності «to break the code». Частково така думка є вірною, але у ній є одна принципова неточність: насправді шифр – це лише ситуативний варіант коду, якому, тим більше універсальному, зовсім не обов'язково бути шифром. Якщо шифр має закривати інформацію, роблячи її зрозумілою лише певній невеликій групі людей (які володіють «ключем»), то у випадку з кодом універсальним «ключем» може, а часто і повинен, оволодіти кожен, оскільки код є способом систематизації інформації шляхом удосконалення, узагальнення (чи, навпаки, ускладнення) першоджерела.

Розкодувавши бінарний код (за нас це, зазвичай, робить програмне забезпечення, але сенс не в цьому) ми можемо здивовано дізнатись, що закодована інформація є закодованою двічі: вона може бути написана іншою мовою, у ній можуть згадуватись люди, про яких нічого не відомо, цитуватись джерела, до яких читач не має змоги дістатись. На щастя, у сучасному світі є Інтернет, який завдяки безлічі сервісів, сторінок та пошукових систем спростить пошук хвилин до десяти..., але лише у більшості випадків. З іншими, складними, випадками споживач закодованого продукту буде сидіти годинами, днями, тижнями, місяцями, у окремих випадках навіть роками та десятиліттями, намагаючись віднайти пошкоджений сенс повідомлення. Не те щоб універсальний код культового кіно мав імунітет проти таких випадків, але у його контексті є досить цікаве явище, аналогів якого досить-таки мало.

Одним з таких аналогів може слугувати система кодування анекдотів. Більшість анекдотів прив'язана до місцевості: їх неможна просто перекласти, бо тоді їх сенс зійде нанівець. Це яскраво демонструє той факт, що результат декодування прямо залежить від процесу декодування та обраної методології цього процесу. У випадку з анекдотами досить-таки нескладно переробити будь-який місцевий анекдот для того, щоб він був

зрозумілий представникам іншої країни – треба просто добре знати культурну традицію країни-реципієнта та вставити у анекдот щось знайоме саме їм. Іноді можна навіть більше не змінювати нічого, окрім цієї однієї деталі. Цією технологією давно користуються у жанрі політичного анекдоту, особливо напередодні будь-яких виборів. Ось один простий приклад: анекдот про абсурдний діалог, що спочатку здається фантастичними мріями («Або зробити такий ксерокс, тільки щоб об'єкти печатав, покласти туди злишок золота та ксерити, ксерити, ксерити...») закінчується фразою «А (...) і говорять: панове міністри, є ще пропозиції щодо виходу з кризи?». На місці «(...)» здається, побував чи не кожен прем'єр-міністр України від часів незалежності, а на місці «виходу з кризи» запросто може бути будь-яка актуальна проблема: держбюджет, чи вирішення газової проблеми, чи транші МВФ. Проблеми виникають, якщо той самий анекдот треба розповісти іноземцю. Але їх теж досить просто вирішити: достатньо знати про країну, звідки прибув слухач, певні загальні факти, одне чи декілька прізвищ основних політиків та розповсюджені кризові ситуації і, замінивши ті ж самі два пункти (може ще потрібно буде змінити «міністрів» на певний аналог), отримаємо анекдот, яким можна розважити майже будь-кого. Це дуже схоже на універсальність гумористичного коду, проте, насправді, це, скоріше, його гнучкість. Він все ще потребує певних процесів додаткової адаптації, хоч і не дуже складних, але істотних. Різниця між системою кодування анекдотів та досліджуваним універсальним кодом культового кіно полягає саме у феномені універсальності культового кіно, який забезпечує глобальну інтегрованість такого коду, а, отже, – майже безмежний потенціал для розвитку міжнародних інформаційних та культурних відносин.

На відміну від бінарного коду, який використовує два символи, або будь-якого алфавіту (який у середньому використовує 28-32 символів) універсальний код культового кіно налічує в собі значно більшу кількість елементарних компонентів. Це може здатися додатковим ускладненням на шляху до його розуміння, але, де-факто, феноменальність явища у тому, що ефект прямо протилежний! З сотень компонентів можна вибрати лише два, або навіть один, і певною кількістю повторень досягти потрібного ефекту. Для ілюстрації цього конкретного моменту підходить прийом, який вважають однією із основних заporук культовості – велику кількість алюзій.

Один з найбільш важливих естетичних ефектів алюзії – це «створення близькості та відчуття спільності». Алюзії укріплюють зв'язок між автором та його аудиторією, перетворюючи їх на спільників, «які входять, говорячи образно, у закритий клуб, членам якого відоме «таємне рукостискання» [3, с. 118]. Такий вибір У.Ірвіна та Дж.Р.Ломбардо у характеристиці процесу наводить нас на думку про культове кіно – порівняння з закритим клубом одне з найпоширеніших порівнянь відносно до аудиторій будь-якого культового фільму. Особливо показовим у контексті цієї роботи може бути наведений її авторами приклад алюзії у «Сімпсонах» на культовий фільм «Випускник» (The Graduate, 1967), точніше навіть не сам факт прикладу, а те, як автори його описали: «Ті, хто не можуть встояти перед фільмом «Випускник», розшукуючи його глибокою ніччю серед різноманіття програм кабельних каналів, відчувають рідну душу та хіхікають від задоволення». Це практично парафраз вислову, який став одним з неформальних визначень культового кіно: «Що таке культовий фільм? Це будь який фільм, який ти будеш чекати до третьої години ночі, якщо його показують по ТБ, навіть якщо він є у тебе на відео» [4].

«Термінологія предмету «не працює». Міцна теоретична структура мислення про майбутнє не буде побудована з пористих матеріалів» – пише відомий дослідник міжнародних відносин Кен Бус. [5, с. 314] Тому, засноване на більш ніж абстрактному та відкритому до деформацій методі кодування, місце цього методу у теоретичній науці

повинно бути обґрунтоване теоретично, за допомогою емпіричних та прикладних досліджень з використанням диференційних підходів.

Використання алюзії, ремінісценції чи будь-якого іншого посилання на інші фільми зближує ці фільми, робить їх ближче до світової культурної традиції. Особливо актуальним це стає сьогодні, у нову інформаційну епоху, де умовно такі категорії дуже схожі на теги у блогах чи категорії сторінок Вікіпедії, а на деяких веб-сайтах про кіно жанри та сюжетні елементи стають тегами буквально. Одним із чинників, що сповільнюють інтеграцію українського світогляду у міжнародний універсальний код є те, що замало уваги українське культове кіно приділяє сучасним комунікаційним системам. Скажімо, інформація на найбільш популярний та відвідуваний сайт про кіно в Інтернеті – IMDb – про українські фільми вноситься поодинокими ентузіастами, вона неповна і досить часто бракує саме категорії «Movie Connections» – тієї, яка документує будь-які зв'язки фільму із іншими кінострічками. Масовий глядач, безумовно, є важливим у світовій системі кіноіндустрії, але не слід недооцінювати важливість більш вузьких (експертних) кіл, всередині яких, фактично, формуються ідеї, тенденції та новації у будь-яких сферах. Кіно може мати значний вплив на формування сприйняття української нації у колах людей по всьому світу, які не лише можуть бути зацікавленими у перегляді (а, значить, принести прибуток), а ще й, за умов певних художніх якостей, можуть стати, бодай частково, носіями українського національного коду, і не лише у просторі культового кіно.

Для України універсальність кодування культового кіно може стати одним з ключових інноваційних методів встановлення міжнародних комунікацій специфічного виду, яких наша країна конче потребує для поглиблення інтеграції у світове суспільство та остаточного подолання культурного та соціального комплексу залежності (у тому числі інформаційної) від більш розвинених держав, навчивши представників країни на різних рівнях не лише сприймати по-новому інформаційно-культурний контент, але й створювати його не менш інноваційно.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. МакКарті С. 60 культовых фильмов мирового кинематографа / С. МакКарті. – Екатеринбург: У–Фактория, 2007. – 256 с.
2. Зірки кіно спустилися до «Миру». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://20minut.ua/Новини-Вінниці/news/163527>
3. Ирвин У «Симпсоны» и аллюзия: самое худшее эссе / У. Ирвин, Дж. Ломбардо // Пер. с англ. М.Леонovichа – Екатеринбург: У–Фактория, 2005. – 232 с.
4. Культовый фильм. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Культовый_фильм
5. Бус К. Вызов незнанию: теория МО перед лицом будущего // В кн: Международные отношения: социологические подходы / Рук. авт. колл. проф. П.А. Цыганков – М.: Гарадрики, 1998. – 320 с.

УДК 316.37

МОДЕЛИ КУЛЬТУРНОГО ЧЕЛОВЕКА

Д. В. Замогильнова, М. В. Колинько

Резюме. Данная статья посвящена изучению моделей культурного человека, его идеалов, которые изменялись под воздействием смены различных этапов жизни общества. Наблюдаются кардинально противоречивые представления о совершенном человеке представителей разных исторических эпох. Прослеживается тема параллельности таких наук как социология и экономика. В итоге было доказано существование в современном обществе модели социально-экономического человека.

Ключевые слова: модели человека, социально-экономическая личность.