

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ИСКУССТВ И КУЛЬТУРЫ

ЭТЮДЫ КУЛЬТУРЫ

Материалы Международной
научно-практической конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых

Томск, 20 апреля 2017 г.



Издательство Томского университета
2017

тельно присутствует в системе мировых анималистических образов. В древней традиции евразийских народов образ змеи также имеет объемный, сакральный характер. В архаической культуре змея имела позитивное значение, однако по мере социальной эволюции в сторону патриархата, семантика данного образа трансформировалась, наполняясь все более негативными значениями. Именно поэтому сложилось двойственное восприятие этого пресмыкающегося в мировой культуре.

Литература

1. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.symbolsbook.ru/Article.aspx?id=226>
2. *Кондыбай С.* Мифология предказахов. 3 том. Алматы: Сага. – 2008. – С. 254–369.
3. *Васильева Г.П.* Магические функции детских украшений у туркмен // Древние обряды верования и культы народов Средней Азии. – М., 1986. – С. 182–95.
4. *Тохтабаева Ш.* Знаки и символы в ювелирном искусстве Устюрта и Мангыстау. Мадени Мура. – 2016. – № 3. – С. 80–89.
5. *Ертегилер.* Сказки. Казахская народная литература. – Алматы. – 1988.
6. *Алмуханова Р.Т.* Жалмауыз-кемпир и античные образы. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.rusnauka.com/7_NMIW_2009/Philologia/42292.doc.htm
7. *Хазбулатов А.Р.* Визуальная образность и стилистические особенности сакской металлопластики // Анималистический код казахской культуры в диаграмме эпох. – Астана, 2016. – С. 6–20.
8. *Юсуфов Г.* Верования и их пережитки. Татары Среднего Поволжья и Приуралья. – М., 1967.
9. *Турсунов Э.Д.* Генезис казахской бытовой сказки. – Алма-Ата, 1973. – 216 с.

СУПЕРГЕРОЙ ИЛИ КУЛЬТУРНЫЙ ГЕРОЙ: КОМИКСЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ АМЕРИКАНСКОЙ МИФОЛОГИИ

О.В. Безрученко

Научный руководитель И.Е. Максимова

Национальный исследовательский
Томский государственный университет, г. Томск

Американская массовая культура, невиданными темпами распространявшаяся по всему миру, принесла с собой образ идеального супергероя, носителя американского образа жизни. Его популярность во всех странах связана не только с высоким уровнем развития американского кинематографа и его «агрессивностью», но и с тем, что пропагандируемые им обра-

зы являются во многом архетипическими и «ложатся» на существующие мифологические схемы, вытесняя архаичные фольклорные образы.

У истоков популярности непобедимых и невероятных супергероев, формирующих образ «простого американского гражданина», обладающего сверхспособностями и стоящего на страже «общечеловеческих ценностей», находятся комиксы. Именно благодаря им эти персонажи становятся кумирами миллионов, а их имена – нарицательными. По своей сути жанр комиксов обращен прежде всего к детям и молодежи. Поскольку в комиксах отчетливо и незамысловато проводится противопоставление добра и зла, они несут в себе мощный аксиологический импульс, формируя мировосприятие подрастающего поколения. Причем этот импульс несет в себе как положительный, так и отрицательный посыл, с одной стороны, воспевая героизм, а с другой – пропагандируя невероятную жестокость. Популярность комиксов привела к тому, что образы, появившиеся многие десятилетия назад, стали сейчас героями кинофильмов, литературных произведений, рекламы, интернет-культуры, вошли в поговорки и т.д. Естественно, это порождает вопрос о причине такой популярности, которую явно нельзя отнести только к результату усилий рекламщиков.

История комиксов началась в XIX в. с так называемых стрипов (Comic strip) – небольших сюжетов, представленных в картинках на последней странице газеты [1.]. Одним из мастеров стрипов и «отцом» современного комикса можно считать Рудольфа Тёпфера с его циклом историй «Приключение мистера Обадаи Олдбака» («The Advenyures of Obadiah Oidbuck»). Первым самостоятельным комиксом принято считать созданный в конце XIX – начале XX в. цветной цикл «Желтый малыш» («Yellow Kid») Ричарда Аутколта, который впервые появился в 1895 г. на газетной полосе издания, принадлежащего Джозефу Пулицеру. Этот герой настолько полюбился публике, что стал самым известным постоянным главным героем серии комиксов.

Дальнейшее развитие и возрастание популярности комиксов, которые постепенно уходят от коротких юмористических сценок, происходит именно в США. Лежащие в их основе истории усложняются, появляются новые сюжетные линии, возникают различные жанры. К концу 30-х годов появляются целые издательства, выпускающие исключительно комиксы, которые окончательно стали самостоятельным направлением печатной продукции.

Период между концом 30-х и началом 50-х гг. XX в. принято считать золотым веком комиксов. Данное название, навеянное античной мифологией, закрепилось благодаря бурному расцвету этого литературного жанра, превратившего его в культурный феномен планетарного масштаба.

Золотой век комиксов, как бы парадоксально это ни казалось, пришелся на один из самых драматичных периодов человеческой истории. Во всем мире шла самая кровопролитная и жестокая война. Америка остро ощущала угрозу всему демократическому миру, исходящую от фашистской Германии, Италии и Японии. Общество испытывало потребность в защите, которую коллективное бессознательное выразило в супергероях [2], первым из которых стал Супермен, за которым последовал патриотичный Капитан Америка, а за ними Флэш, Чудо-Женщина и другие.

Тревогу вызывала и внутренняя угроза. Несмотря на то, что волна гангстерских войн уже сошла на нет, организованная преступность никуда не делась. Эта сложная эпоха страха, подозрительности и цинизма, наиболее ярко воплотилась во вселенной Бэтмена в виде города Готэм, который стал воплощением мрачного, погрязшего в коррупции, преступности и разврате мегаполиса. В эту серию комиксов были привнесены черты фильмов-нуар, а главный герой носил темную одежду с устрашающей символикой и широко применял насилие для искоренения преступности.

Благодаря успеху «супергероических» комиксов появляются два «супергиганта» этой индустрии – издательства DC Comics и Marvel Comics.

Популярность американского комикса обусловлена во многом удобством его восприятия и легкостью получения информации через примитивные изображения, сопровождаемые коротким текстом. В то же время комикс многогранен, так как он включает в себя как развлекательный элемент, так и черты самостоятельного СМИ. Поэтому к середине XX века американский комикс становится мощным инструментом информационно-психологического воздействия, помогая формировать общественное мнение относительно происходящих событий в мире.

США – страна многонациональная. Для объединения всех ее жителей едиными идеалами требуется, соответственно, и объединяющая мировоззренческая идея, которая должна стоять над существующими религиями. Мифотворчество, идеализируя события и героев, всегда стоит у истоков создания нового государственного мировоззрения. Поэтому комиксы были идеальным средством формирования «новой мифологии», которая, естественно, нуждалась в собственных «культурных героях».

Нельзя отрицать, что все культурное пространство современной действительности включает в себя синтез разнообразных идей и мифов: «современные мифы развиваются подобно раковым клеткам, подчиняя себе жизнедеятельность всякого социального организма» [3. С. 105]. Первыми на распространение «нового мифологического мировоззре-

ния» обратили внимание философы постмодернистской французской волны. Так, Ролан Барт одним из первых задался вопросом: «Что такое миф в наше время?». Он указал на то, что всякий миф – это способ означивания мира, определенная семиологическая система [4. С. 73], словесная форма, в которую вливается реальность и застывает. Миф не является отражением реальности, он выражает ее, при этом «выражая» и самого «рассказчика» (будь то социум или индивид). Поэтому миф, согласно Барту, это всегда история, «слово, избранное историей», связанная с драматическими событиями в жизни человека или народа в целом.

Анализируя предпосылки и причины актуализации мифологий в современности, Жан-Люк Нанси заметил, что увлеченность мифами диктуется социальной разорванностью общества и сингулярностью [5. С. 113–116]. Чем больше ощущается распад социума, одиночество перед непредсказуемостью внешнего мира, тем больше возникает потребность в мифе, так как «нам нужен зримый миф, который бы утешал нас относительно нашего конца...» [6. С. 8.]. Современные мифы в отличие от идеологии не призывают к логосу, но и не апеллируют к образам в отличие от традиционных мифов. Они обращаются только к другим мифам, как бы перезагружая исходный миф, конструируют искусственную псевдореальность. Таким образом, смысл современного мифа – в самом мифе. Мифологическое продолжает существовать в бессознательном наряду с рацией, поэтому универсальные мифы, основанные на архетипах, объединяют народы и культуры.

Литература неизбежно отражает все исторические и культурные перемены, которые происходят в обществе. Именно она в первую очередь реагирует на изменения и представляет собой неограниченное пространство для экспериментов и исследования новых культурных феноменов. Одним из таких феноменов стало возрождение мифа, который не только не утратил своего значения, но и продолжает наполнять жизнь человека архетипическими символами [7. С. 123].

Литературный миф дает возможность автору конструировать собственную модель мира, которая способна не просто отразить архаическую реальность, но и субъективное, что не исключает элемент фантастики. Такая модель содержит не просто культурные стереотипы и ценности, но и культуuroобразующие элементы, то есть язык, философские и религиозные представления, элементы фольклора и т.п. [7. С. 123].

Моделирование миров и культур наиболее последовательно и зримо воплощается не только в фантастической литературе, в научной фантастике, но и в комиксах. В них создаются наиболее полные культурно-мифологические модели мира, которые легко распространяются «по странам и континентам» благодаря обращению к общекультурным ар-

хетипам и мифологемам, хранящимся в коллективной бессознательности. Любая культурно-мифологическая модель в комиксе следует определенным законам, что позволяет добиться истинности создаваемой картины мира. В основе всегда лежит социальный миф, что позволяет акцентировать внимание читателей на социальные, нравственные и культурные проблемы общественной жизни, и, возможно, предлагать некоторые пути их решения.

Создать новый мир непросто, так как он должен быть как можно более реалистичным, чтобы его принял и понял читатель. Реалистическое ядро вымышленного мира придает ему правдоподобие, делает его более естественным. И когда достигнуто это правдоподобие, автор может внести в повествование различные с точки зрения обыденной повседневности необычные элементы. Супергерои действуют в мифологическом пространстве и времени. Поэтому то, что просто не может существовать в реальном мире, кажется совершенно естественным в комиксе. Ведь по законам «той» реальности невозможное здесь «там» имеет право на существование: «Миф начисто и всецело реален и объективен... в нем никогда не может быть поставлено вопроса о том, реальны или нет соответствующие мифические явления» [8. С. 959]. «Нереальная реальность» происходящего не может подвергаться сомнению, что роднит современный и архаический миф.

Комикс представляет вымышленную реальность как истинную, как подлинный облик мира, формируя мировоззрение детей. Именно в этой «мифологической» реальности они находят ответы на многие вопросы. А герои комиксов, супергерои, становятся примерами для подражания, на которых хочет быть похожим любой тинэйджер. Супермен, Бэтмен, Флеш, Капитан Америка – на образах этих и других супергероев, появившихся еще в «Золотой век комиксов», выросло уже не одно поколение.

Отражая черты своей эпохи, супергеройские комиксы тем не менее имеют универсальные черты, которые были заложены с момента их создания в 1930–50-х гг.:

- Наличие супергероя, наделенного сверхспособностями, который берет на себя бремя ответственности защищать простых людей от произвола внешних и внутренних врагов. Супергерои из комиксов, по сути, являются современными аналогами классических мифологических «супергероев» Геркулеса, Тесея, Самсона и др.
- Создание детально проработанного «мифологического пространства и времени» – собственных Вселенных, в которых существуют и борются с несправедливостью супергерои. Эти «Вселенные» – Метрополис Супермена, Готэм Бэтмена – имеют черты действительной реаль-

ности, но в то же время не подчиняются ее законам. Через изображения, диалоги, характеры персонажей создавался цельный образ социума, который соответствовал характеру главного героя.

- Персонификация зла в виде конкретных личностей, также наделенных сверхсилой, имеющих выдающиеся интеллектуальные способности и часто обладающих своеобразным очарованием. Как правило, это был «типовой» персонаж, символизирующий один из пороков общества – «военный диктатор», «безумный ученый», «алчный аморальный капиталист» и т.д. В годы войны в качестве персонифицированных злодеев выступали конкретные личности: Адольф Гитлер, Муссолини.

- В комиксах отражались реальные социальные проблемы и явления – война, уличное насилие, коррупция и т.д., но при этом они были оптимистичны, поскольку в них «добро всегда побеждало зло». И в этом смысле комиксы имели важное психотерапевтическое значение, снимая общую тревожность надеждой на обязательное появление «суперспасителя».

Почему же комиксы о супергероях обрели такую популярность?

Во-первых, благодаря наличию в них так называемой «двойной личности»: героической и повседневной. Герой – «защитник в маске», который всегда приходит на помощь к людям, но он же – обычный человек, иногда даже застенчивый неудачник. Это создавало эффект подсознательной самоидентификации читателя с героем. Одновременная «обыденность» и наличие сверхспособностей становятся определяющими для американского понимания смысла «героического» [9. С. 55].

Во-вторых, супергерои, которые всегда стоят на страже справедливости, внушали надежду на благополучный исход во время любых кризисов и потрясений. Красочные рассказы о борьбе Бэтмена и Супермена с преступностью, Капитана Америка – с нацистами создают эффект присутствия незримых «высших сил», которые обязательно вмешаются в самый драматический момент.

В-третьих, распространившееся в последние десятилетия так называемое клиповое мышление приучило, прежде всего детей и подростков, к восприятию мира через короткие яркие образы, к примеру, через ленту теленовостей, видеоклипы, короткие статьи. Поэтому комиксы, представляя собой картинки и минимум текста, становятся все более популярными, поскольку не требуют усилий для восприятия и являются наиболее простым способом передачи информации.

Формирующемуся американскому обществу нужен был новый способ самовыражения, который помог бы создать на основе классических архетипов новую мифологию, отвечающую его потребностям, причем

с применением максимально доступных для понимания средств. Супергерои комиксов – «культурные герои» новой американской мифологии, защитники и податели благ – стали наиболее успешным проводником идей американского «нового общества».

Литература

1. Создание комикса / Термины, которые должен знать каждый комиксист. – [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Disima.ru: для тех, кто увлекается комиксами., 2017. – Режим доступа: <https://disima.ru/sozdanie-komiksa/terminy-kotorye-dolzhen-znat-kazhdyj-komiksist/> (Дата обращения: 09.03.2017).
2. Все о комиксах / Золотой век комиксов. – [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. - Disima.ru: для тех, кто увлекается комиксами., 2017. – Режим доступа: <https://disima.ru/vse-o-komiksax/zolotoj-vek-komiksov/> (Дата обращения: 10.03.2017).
3. *Пилюгина Е.Н.* Неомифология постмодерна / Культура. Культурология // Философия и общество – 2016. – № 1 (78). – С. 104–117.
4. *Барт Р.* Мифологии // Семиотика. – М.: Поэтика, 2000. – 329 с.
5. Нанси Ж.-Л. Прерванный миф / Непроизводимое сообщество. – М.: Водолей, 2009. – 208 с.
6. *Бодрийяр Ж.* Войны в Заливе не было // Художественный журнал. – 1994. – № 3. – С. 33–36.
7. *Батурин Д.А.* Неомифологическая сущность фэнтези // Вестник Челябинского государственной академии культуры и искусств. – 2013. – № 3 (35). – С. 123–126.
8. *Лосев А.Ф.* Очерки античного символизма и мифологии. – М.: Мысль, 1994. – 962 с.
9. *Дмитриева Д.* Век супергероев: Истоки, история, идеология американского комикса. – М.: Изотека, 2015. – 320 с.

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ В СОВРЕМЕННЫХ ВИДЕОИГРАХ: ПОЧЕМУ ВИРТУАЛЬНОЕ СРЕДНЕВЕКОВЬЕ ТАК ПОПУЛЯРНО?

Е.Е. Белов

Научный руководитель **Д.В. Галкин**

Национальный исследовательский
Томский государственный университет, г. Томск

Чтобы привлечь широкую аудиторию, разработчики видеоигр используют разные подходы. Кто-то вкладывает огромные деньги в рекламную кампанию, кто-то «играет» на профессиональных интересах пользователей, кто-то использует широко известные мотивы или образы из других видов искусства. Но иногда в свет выходят видеоигры, кото-