

ИСТОРИЧЕСКОЕ ПРОШЛОЕ КАК ГИПЕРРЕАЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ

(рецензия на коллективную монографию: Культ-товары. Коммерциализация истории в массовой культуре. М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2020. 348 с.)

Даниленко Ю. Ю.

Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет (Пермь, Россия)

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-1705-211X>

Катаев Ф. А.

Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет (Пермь, Россия)

Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1839-2407>

А н н о т а ц и я . Проект «Культ-товары», ориентированный на исследование динамично меняющегося поля массовой культуры в преломлении российской действительности, сыграл особую роль в становлении отечественной литературоведческой традиции изучения массовой литературы. Примечательно и то, что проект изначально создавался как международный. Наличие другого исследовательского взгляда позволяет проекту оставаться площадкой дискуссий даже при использовании схожих методологических подходов. Проект существует более десяти лет, за которые были организованы семь международных конференций и изданы четыре сборника научных статей и три коллективные монографии. Конференции проводятся раз в два года, всякий раз высвечивая актуальные тенденции современного литературного процесса, фиксируя системные сдвиги, меняющие структуру культурного поля. Настоящая статья посвящена анализу коллективной монографии «Культ-товары. Коммерциализация истории в массовой культуре», вышедшей по результатам одноименной конференции, прошедшей в июне 2019 года в Болонском университете в Италии.

К л ю ч е в ы е с л о в а : массовая культура; историческое прошлое; историческая память; сеттинг; гиперреальность; ретротопия; сериализация; коммодизация; постпамять; рецензии.

THE HISTORICAL PAST AS HYPERREALITY IN MODERN MASS CULTURE (Collective monograph review: Cult-goods: Commercialization of History in Mass Culture. Moscow; Ekaterinburg: KABINETNYY UCHENYY, 2020. 348 p.)

Yulia Yu. Danilenko

Perm State Humanitarian Pedagogical University (Perm, Russia)

ORCID ID: [ORCID ID: http://orcid.org/0000-0002-1705-211X](http://orcid.org/0000-0002-1705-211X)

Filipp A. Kataev

Perm State Humanitarian Pedagogical University (Perm, Russia)

Perm State National Research University (Perm, Russia)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1839-2407>

A b s t r a c t . The project “Cult-goods”, focused on the study of the dynamically changing field of mass culture in the light of Russian reality, played a special role in the formation of the national literary tradition of studying mass literature. It is also noteworthy that the project was originally created as an international one. The presence of a different research perspective allows the project to remain a platform for discussion even when using similar methodological approaches. The project has existed for more than ten years, during which seven international conferences have been organized and four collections of scientific articles and three collective monographs have been published. Conferences have been held every two years, each time highlighting the current trends of the modern literary process, fixing systemic shifts that change the structure of the cultural field. This article is devoted to the analysis of the collective monograph “Cult-goods: Commercialization of History in Mass Culture”, published as a result of the conference of the same name, held in June 2019 at the University of Bologna in Italy.

Keywords: mass culture; historical past; historical memory; setting; hyperreality; retrotopia; serialization; commodization; post-memory; reviews.

Для цитирования: Даниленко, Ю. Ю. Историческое прошлое как гиперреальность в современной массовой культуре (рецензия на коллективную монографию: Культ-товары. Коммерциализация истории в массовой культуре. М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2020. 348 с.) / Ю. Ю. Даниленко, Ф. А. Катаев. – Текст : непосредственный // Филологический класс. – 2021. – Т. 26, № 3. – С. 288–293. – DOI: 10.51762/1FK-2021-26-03-26.

For citation: Danilenko, Yu. Yu., Kataev, F. A. (2021). The Historical Past as Hyperreality in Modern Mass Culture (Collective monograph review: *Cultgoods: Commercialization of History in Mass Culture*. Moscow; Ekaterinburg: Kabinetnyy Uchenyy, 2020. 348 p.). In *Philological Class*. Vol. 26. No. 3, pp. 288–293. DOI: 10.51762/1FK-2021-26-03-26.

Отношение гуманитарных наук к феномену массовой культуры в России за последние 30 лет прошло непростой путь: от указания на непреходящую вторичность и бездейственность [Костина 2003; Корнев 1998], к неподдельному интересу, но с упором на теоретизирование в отрыве от детального рассмотрения реальных масскультурных объектов [Иваницкая 2005; Елистратов 2012] и в конце концов – к признанию маскультулы как пространства культурных практик, хоть в стилевом отношении и усредненных под столбиком и не персонализированное большинство, но оказывающих существенное влияние на идентичность, культурный и образовательный бэкграунд потребителей масскультурных продуктов. Тотальность массовой культуры сегодня достигла уровня, когда практически невозможно занять позицию, свободную от ее воздействия.

Проект «Культ-товары», безусловно, прецедент на поле исследовательских практик, ориентированных на изучение массовой культуры в ее конкретных продуктовых воплощениях. Первые конференции «Культ-товаров»¹ осмыслили основные тренды массовой культуры, стремясь охватить весь ее ландшафт. Проблематика же последних² отражает актуаль-

ность отдельных линий развития маскультулы: образ потребителя, политизация, дигитализация. С каждым годом все больше представителей смежных гуманитарных наук (философии, социологии, антропологии) вовлекаются в проект, что делает поле исследования более широким и объемным, а результаты более фундаментальными и верифицированными.

В 2020 году вышли сразу две коллективные монографии «Культ-товаров». Первая – в издательстве «Кабинетный ученый», посвященная анализу важного сдвига в современной культуре в сторону коммерциализации исторического опыта. Вторая – в издательстве Гродненского государственного университета им. Янки Купалы, в ней в центре внимания оказываются две актуальные тенденции: конструирование альтернативных вселенных и феномен тотальной сериализации в массовой культуре. В настоящей рецензии мы подробнее остановимся на первой книге.

Тема коллективной монографии, изданной по материалам международной конференции, состоявшейся в 2019 году в Болонском университете в Италии, обозначена как «Коммерциализация истории в массовой культуре». Монография поделена на пять разделов, большинство из которых посвящены медиаканалам массовой культуры: литература (раздел II и III), кино (IV раздел) и телевидение и интернет-платформы применительно к сегменту сериалов (V раздел). Особняком стоит раздел

¹ Организаторы проекта «Культ-товары»: М. П. Абашева (Пермь), М. А. Литовская (Екатеринбург), И. Л. Савкина (Темпере, Финляндия), М. А. Черняк (Санкт-Петербург).

² В рамках проекта состоялись следующие конференции: «Культтовары. Феномен массовой литературы в современной России» (Санкт-Петербург, 2008); «Культ-товары XXI в.: ревизия ценностей (маскультура и ее потребители)», (Екатеринбург, 2012); «Топографии популярной культуры» (Тампере, 2013); «Культтовары.

Патриотизм, гражданственность, национализм: политические концепты в современной массовой культуре» (Пермь, 2015); «Культтовары: Массовая литература современной России между цифрой и буквой» (Санкт-Петербург, 2017).

I, фиксирующий внимание на коммерческом аспекте масскульта и задающий таким образом тон всей книге в целом.

Переосмысление исторического опыта советской эпохи стало для современного человека необходимым этапом конструирования своего будущего. Изживание травмы советского опыта реализуется в различных культурных практиках как факт проговаривания табуированных тем, возможность избавления от боли и чувства вины. Потому и в элитарной, и в массовой культуре последнего десятилетия наблюдается всплеск интереса к переосмыслению исторического прошлого (сериалы «Оттепель», «Седьмая симфония», «Угрюм-река», российская версия «Чернобыля», фильмы «Легенда № 17», «Время первых», романы «Тобол» А. Иванова, «Обитель» З. Прилепина и др.). Кроме того, отсутствие в современном российском обществе внятных ценностных ориентиров и прогнозируемой модели будущего заставляют человека переосмысливать собственное прошлое, корректируя, как в психологических практиках, травматический опыт, моделируя на его основе образ благополучного будущего. Эту тенденцию современной культуры уже осмысливают исследователи¹. Авторы настоящей монографии обобщают отдельные исследования по теме, выводя проблему переосмысления исторического прошлого страны в статус общекультурного феномена, фиксирующего кризис общественного сознания, нуждающегося в образе будущего.

Материалом исследования авторов становятся в основном практики отечественной массовой культуры, однако введение исследований зарубежных практик дает монографии необходимую метакультурную оптику.

Объективация прошлого в логике массовой культуры неотделима от процесса

коммодизации – превращения образа того или иного исторического периода в продукт массового спроса. Этот процесс сопряжен с выработкой устойчивых шаблонов и стереотипных представлений о прошлом. В результате процесс постижения подменяется актом узнавания. Схожий механизм, например, можно заметить на картинах художников Раннего Возрождения, когда библейские сюжеты изображались в современном художнику антураже. В результате этого массовый потребитель получает набор близких ему переживаний и проблем, но поданных в необычных обстоятельствах. Такой сценарий работы с категорией исторического времени описывается в статье М. В. Загидуллиной, открывающей коллективную монографию. Статья посвящена проблеме превращения средневековой эстетики в сеттинг. Причем шаблонизация представлений о средневековье рассматривается на всех уровнях культуры. По мнению автора, «само понятие „эстетики Средневековья“ неизбежно тяготеет к стереотипным формулам, в определенном смысле, „цементируемым“ современными арт-проектами – в какой бы форме они ни осуществлялись» [Культ-товары 2020: 12–13]. Это приводит к формированию набора готовых сценариев восприятия, используемых не только в исторической литературе, но и в фэнтези, киносказках, работающих как с западным, так и с отечественным материалом.

Понимание прошлого как сеттинга умножается на отношение к нему как к гиперреальности – этот термин Ж. Бодрийера [Бодрийер 2006: 31] используется в статье М. А. Черняк [Культ-товары 2020: 115]. Именно подход масскульта к прошлому как к гиперреальности, то есть вынесение его за скобки объективной действительности, становится предметом научной рефлексии не только в оставшихся статьях раздела «Прошлое как коммерческий тренд», но и во всем сборнике. Например, О. В. Рябов, анализируя современную российскую сувенирную продукцию, рассматривает ностальгию по прошлому как инструмент символической политики, воссоздающий образ СССР времен Холодной войны как сильной ядерной сверхдержавы. В результате стираются границы между советским и российским периодами, пе-

¹ См. например Ассман А. Длинная тень прошлого. Мемориальная культура и историческая политика / пер. с нем. Б. Хлебникова. М.: Новое литературное обозрение, 2014.; Бочкина М. В. Распад связи времен и его преодоление в романах «Письмовник» М. Шишкина, «Лестница Якова» Л. Улицкой и «Авиатор» Е. Водолазкина // *Litera*. 2017. № 4. С. 87–93; Путило О. О. О жанровых границах отечественного альтернативно-исторического романа // *Филологический класс*. 2019. № 4 (58). С. 181–186.

риод перестройки просто-напросто вычеркивается из отечественного исторического нарратива. Это хорошо иллюстрирует один из приведенных примеров, а именно фотография шахмат с ручной росписью [Культ-товары 2020: 36], где воспроизводится модель биполярного мира (красные фигуры – СССР, черные – США), при подборе «героев» для красных пешек не делается различий между генеральными секретарями КПСС и российскими президентами.

Следующие два раздела монографии посвящены исследованиям литературных текстов. Пять глав второго раздела – «Механизмы ностальгии в современной массовой литературе» – образуют свой сюжет, иллюстрирующий разные подходы к работе с исторической памятью. В первых двух текстах речь идет о неомифологизме славянских фэнтези. М. П. Абашева дает краткую ретроспективу жанра, который в период своего расцвета на рубеже 1990–2000-х стал для массового читателя способом реиндентификации себя как наследника древней славянской культуры. Обзорный анализ массовых фэнтезийных текстов завершается подробным разбором романа А. Рубанова «Финист – ясный сокол», в котором исследователь видит уже не способ героизации исторического прошлого, а эстетическую утопию, авторское предложение эскапистского бегства в сказочный мир идеального национального прошлого. Вслед за М. П. Абашевой, И. Карафиллидис доказывает, что убедительность мира романов М. Семеновой, в который готов поверить массовый читатель, вырастает в том числе из попытки авторской реконструкции древнеславянской лексики. Будучи авторским приемом, эта тенденция, с одной стороны, понятна современному читателю, с другой – позволяет полнее погрузиться в фэнтезийный мир.

Остальные статьи раздела фокусируются уже на недавнем историческом прошлом. Д. Коломбо и М. А. Черняк анализируют специфику детективной литературы (современной и советской). И, несмотря на разные поджанры детектива (шпионский и исторический), выводы концептуально совпадают: мы вновь имеем дело скорее с моделированием истории, нежели с ее воссозданием. Завершающий главу анализ романа А. Сальникова «Петровы в гриппе и вокруг

него», выполненный О. Н. Турышевой, логически объединяет все тексты раздела: в романе мы видим работу и с мифологическим материалом, и с осмыслением недавнего прошлого, но поданного через призму авторского сознания, где искажение произошедшего – маркер лиризма субъективного восприятия мира главным героем.

Третий раздел «Смешать, но не взбалтывать: массовое и элитарное в литературном дискурсе об истории» интересен тем, что в нем исследуется культура «ноубрау» [Сибрук 2012]. Авторы каждого из разбираемых текстов так или иначе заходят на территорию масскульта: через жанр, тематику, работу с сюжетными формулами и пр. Например, особый случай элитаризации массового жанра фэнтези рассматривает М. Наполитано на примере поэмы М. Амелина «Веселая наука», которая является «„элитарной“ по форме, но „массовой“ по сюжету» [Культ-товары 2020: 161]. Взгляд итальянского коллектива авторов, пишущих под именем Ву Минг, на события русской революции 1917 года анализируется в статье Д. Поссамаи. Роман «Пролеткульт» рассматривается и как исторический роман, и как диалог с утопией советского писателя А. Богданова, который и является протагонистом текста Ву Минг. Наконец, в завершающей главу статье Д. В. Новохатского рассматриваются тексты «Голая пионерка» М. Кононова и «Мифогенная любовь каст» П. Пепперштейна и С. Ануфриева. Оба романа осмысляются как «попытка создания новой традиции изображения Великой Отечественной войны» [Культ-товары 2020: 202], попытка предложить свою альтернативную мифологию, используя стратегию советского канона, создавшего миф о ВОВ.

В четвертом разделе «Ревизия истории в современном кино» исследуется самое мифогенное медиа. Вне зависимости от материала, который становится объектом внимания сценаристов и режиссеров, на выходе мы получаем не столько реконструкцию, сколько набор мифологических установок, апеллирующих к коллективной памяти того или иного сообщества и понятных массовому зрителю. Это могут быть как отдельные периоды российской истории (Великая Отечественная война, эпоха советского застоя 80-х годов), так и соци-

альные явления (тема денежных отношений или тема беспризорности). Результат один – зритель получает не столько объективное представление о явлении, сколько сюжет, с одной стороны, коррелирующий с коллективной памятью, с другой – участвующий в укреплении этой памяти. Это хорошо заметно на примере современных российских фильмов о Великой Отечественной войне (см. статью Т. В. Автухович), проанализированных в сравнении с военными фильмами советского периода. Одно и то же историческое событие меняет свою смысловую наполненность, превращаясь из инструмента пропаганды в способ социальной терапии, компенсирующей в массовом сознании травму утраты представлений о стране как о сильной сверхдержаве.

Завершает монографию раздел «Ретро-топии современных сериалов». Наиболее частотная механика сериализации раскрывается в первой статье М. Н. Липовецкого. Автор показывает, что современные российские сериалы, посвященные изображению событий прошлого, строятся по принципам ретротопии – утопии, вынесенной в прошлое [Культ-товары 2020: 286]. Например, в сериале «Оттепель» рассказывается о мире кино 1960-х годов. Причем это именно «мир», идеализированный, отделенный от советской действительности, хоть и не лишенный связи с нею в виде вынужденных компромиссов [Культ-товары 2020: 289]. В современных сериалах ярко выражено присутствие власти, что хорошо проиллюстрировано в статьях М. А. Литовской и И. Л. Савкиной, посвященных соответственно специфике «юбилейного» кино, снятого к ключевым историческим событиям, и сериалам о женщинах во власти: анализируются два сериала о Екатерине Великой и один о Екатерине Фурцевой (сериалы «Екатерина» 2017 г., «Великая» 2015 г. и «Фурцева. Легенда о Екатерине» 2011 г.). Власть использует сериалы как утверждение своей официальной позиции по интерпретации того или иного исторического периода. Транслируется и утверждается единственно верная в логике власти позиция по

отношению к изображаемому событию. Причем, на примере изображения женщин во власти – Екатерины Великой и Екатерины Фурцевой – можно наблюдать, как эта позиция меняется со сменой идеологической повестки. И та и другая изображаются как женщины, пожертвовавшие ради власти своим женским предназначением, что вполне коррелирует с современным уклоном на реставрацию патриархальных отношений.

Название последней статьи «О советском прошлом без ностальгии» звучит более чем провокативно, так как ностальгическое – одна из основных категорий, осмысляемых авторами монографии. Пыль исследователя прост – чувство ностальгии проявляется одновременно с забвением, частичной потерей памяти о периоде, который ощущается как ностальгический. Образ советского в ностальгических воспоминаниях – всегда купированный образ, «не помнящий» ужасное и фиксирующийся лишь на мажорных фактах истории. В этом и заключается риторический посыл статьи: заигрывание с чувством ностальгии опасно утратой объективного отношения к прошлому.

Всего в монографию входят двадцать две статьи, причем тринадцать так или иначе связаны с советским прошлым, две фиксируются на теме славянско-арийского мифа, две – на прошлом Российской империи и по одной статье отведено на темы, посвященные периоду 1990-х. Такой очевидный крен масскульта в сторону советской темы может считываться и как ностальгия по былому имперскому величию, и как следствие травматического опыта перестройки, трактуемого как «синдром отмены». История, перефразируя меткое замечание М. В. Загидуллиной [Культ-товары 2020: 19], является по отношению к практикам массовой культуры «другой планетой». То есть историческое прошлое в масскульте не воспроизводится, а моделируется, что, быть может, является результатом работы постпамяти, когда чувственное восприятие превалирует над правдой факта.

Литература

- Елистратов, В. Массовая культура: жрецы, певцы и бренды / В. Елистратов // Нева. – 2012. – № 2. – С. 177–184.
Иваницкая, Е. Мы слишком сложно подходим к тому, что на самом деле просто? / Е. Иваницкая // Дружба народов. – 2005. – № 6. – С. 188–198.

Бодрийяр, Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту. Виртуальное / Ж. Бодрийяр. – Екатеринбург : У-Фактория, 2006. – 199 с.

Коммерциализация истории в массовой культуре : коллективная монография / ред. М. П. Абашева, М. А. Литовская, И. Л. Савкина, М. А. Черняк. – Москва ; Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2020. – 348 с.

Корнев, С. Выживание интеллектуала в эпоху массовой культуры / С. Корнев // Неприкосновенный запас. – 1998. – № 1. – С. 18–21.

Костина, А. В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества : дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01 / Костина А. В. – Москва, 2003. – 456 с.

Сибрук, Дж. Nobrow® Культура маркетинга. Маркетинг культуры / Дж. Сибрук. – М. : Ад Маргинем Пресс, 2012. – 240 с.

References

Elistratov, V. (2012). *Massovaya kul'tura: zhretsy, pevtsy i brendy* [Mass Culture: Priests, Singers and Brands]. In *Neva*. No. 2, pp. 177–184.

Ivanitskaya, E. (2005). *My slishkom slozhno podkhodim k tomu, chto na samom dele prosto?* [Are We Too Difficult to Approach What Is Really Simple?]. In *Druzhba narodov*. No. 6, pp. 188–198.

Baudrillard, J. (2006). *Paroli. Ot fragmenta k fragmentu. Virtual'noe* [Passwords. From Fragment to Fragment. Virtual]. Ekaterinburg, U-Faktoriya. 199 p.

Abasheva, M. P., Litovskaya, M. A., Savkina, I. L., Chernyak, M. A. (Eds.). (2020). *Kommertsializatsiya istorii v massovoi kul'ture* [The Commercialization of History in Popular Culture]. Moscow, Ekaterinburg, Kabinetnyi uchenyi. 348 p.

Seabrook, J. (2012). *Nobrow® Kul'tura marketinga. Marketing kul'tury* [Nobrow® The Culture of Marketing. The Marketing of Culture]. Moscow, Ad Marginem Press. 240 p.

Kornev, S. (1998). *Vyzhivanie intellektuala v epokhu massovoi kul'tury* [Survival of the Intellectual in the Era of Mass Culture]. In *Neprikosnovenniy zapas*. No. 1, pp. 18–21.

Kostina, A. V. (2003). *Massovaya kul'tura kak fenomen postindustrial'nogo obshchestva* [Mass Culture as a Phenomenon of Post-Industrial Society]. Dis. ... d-ra filol. nauk. Moscow. 456 p.

Данные об авторах

Даниленко Юлия Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теории, истории литературы и методики преподавания литературы, Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет (Пермь, Россия).

Адрес: 614000, Россия, Пермь, ул. Сибирская, 24.

E-mail: danilenko.juli@mail.ru.

Катаев Филипп Андреевич – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории, истории литературы и методики преподавания литературы, Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет (Пермь, Россия); доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия).

Адрес: 614000, Россия, Пермь, ул. Сибирская, 24.

E-mail: kataev.f@yandex.ru.

Authors' information

Danilenko Yulia Yuryevna – Candidate of Philology, Associate Professor, Head of Department of Theory, History of Literature and Methods of Teaching Literature, Perm State Humanitarian Pedagogical University (Perm, Russia).

Kataev Filipp Andreevich – Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Theory, History of Literature and Methods of Teaching Literature, Perm State Humanitarian Pedagogical University (Perm, Russia); Associate Professor of Department of Journalism and Mass Communications, Perm State National Research University (Perm, Russia).