

УКД 008**А. М. Белюков**

ВИЗУАЛЬНЫЕ СИМВОЛЫ УСПЕШНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ

На рубеже XX–XIX веков культура развитых стран приобрела целый ряд новых, ярко выраженных качеств. Одним из признаков современной западной культуры является её стремление к визуализации. В накоплении и в распространении информации всё большую и большую роль играют визуальные образы. Особенно бурно и заметно этот процесс разворачивается в сфере распространения массовой информации. В подавляющем большинстве газет и журналов фотографии и рисунки стремятся занять главное место. Они уже не иллюстрируют текст, а текст комментирует изображения. На телевидении визуальные образы главенствуют давно и безраздельно и несут основную информационную нагрузку во всех типах передач. В Интернете словесные тексты пока занимают ведущие позиции, но и здесь визуальные образы наступают и завоёвывают всё большую часть информационного поля. Визуализация современной культуры – процесс глобальный и очень быстро развивающийся.

Отмеченная тенденция приводит к резкому возрастанию роли визуального знака в современной массовой культуре. Визуальный знак легко воспринимается, быстро иочно обосновывается в памяти и в подсознании. Если восприятие вербальной информации требует определённых интеллектуальных и волевых усилий, то визуальная информация воспринимается гораздо легче, без особого напряжения и доступна людям с самым разным уровнем интеллекта. Выросло уже целое поколение и подрастает новые, отдающие предпочтение визуальной информации. Они с неохотой и трудом обращаются к вербальным источникам, а визуальную информацию поглощают в больших объёмах и с невероятной для старших поколений скоростью. Восприятие клиповых, «разорванных», мелькающих образов не доставляет молодому поколению никаких затруднений и, наоборот, привлекает своим быстрым ритмом, соответствующим современной музыке.

В связи с расширением объёма визуальной информации и готовностью населения развитых стран потреблять её в больших количествах возрастаёт значение визуального знака в формировании у масс определённых потребностей, целей, идеалов жизни. Визуальный знак в современной массовой культуре очень часто приобретает глубинные, дополнительные значения и становится символом самых различных аспектов человеческого существования. Этими символами пронизана вся информация, предоставляемая печатью, телевидением и Интернетом. Количество и разнообразие этих символов велико. Их можно группи-

ровать и исследовать по самым различным принципам. Ниже речь пойдёт о группе визуальных символов, связанных с понятием «успешности», которое благодаря СМИ получает всё большее распространение в современной российской культуре.

Близкие понятия «успех» и «успешность» отличаются друг от друга своим взаимоотношением со временем. Успех – явление моментальное. Это – пик, победа, рубеж. Успешность – длительное, протяжённое состояние, основательная характеристика жизни. По оттенкам смысла понятию «успешность» ближе «преуспевание», «процветание».

Понятие успешности вошло в массовое сознание европейцев в эпоху Возрождения и Реформации, когда на первый план устремился новый слой общества – молодая, набирающая силу буржуазия. Для представителей феодального сословия понятие успешности не являлось столь важным, ключевым. Они имели преимущества над другими членами общества по праву своего рождения. Наследуемые богатства и привилегии поднимали их на необходимую общественную высоту. Представители же третьего сословия таких преимуществ не имели. Они вынуждены были учиться, овладевать навыками профессии и добросовестно трудиться, чтобы достигнуть материального благополучия и уважения в обществе. Они должны были проявить упорство и недюжинные личные качества, чтобы добиться успеха и сделать его длительной характеристикой своей жизни. В протестантской этике успешность рассматривается как знак особого благоволения Бога к данному человеку или семье, как божья награда за выполнение религиозного долга [1].

В российской культуре понятие успешности не получило широкого распространения. Православное сознание больше поощряло «несязяние богатств», бедность и умеренность. Православие широко пропагандировало высказывание Иисуса Христа о том, что богатому легче пройти через игольное ушко, чем попасть в царствие небесное [2]. Успешность не осуждалась, но всё-таки вызывала чувство некого стыда, требовавшего пожертвований для самоуспокоения. Об этой стороне русского православного сознания неоднократно говорил Н.А.Бердяев [3]. Понятие «успешности», как важной характеристики уровня и качества жизни, начало распространяться в российском обществе во второй половине XIX – начале XX века, когда достаточно быстро и плодотворно развивался капитализм и росло количество буржуазных элементов.

После Октябрьской революции 1917 года резко изменилась экономическая, социально-политическая и культурная обстановка в стране. Категория успешности была изгнана из официальной идеологии. Главной целью было объявлено построение социализма и коммунизма. Главным критерием жизни – польза делу социализма. Признались трудовые и ратные подвиги на благо советской страны. Но существовали и неофициальные, негласные представления о жизненном успехе. Самым крупным достижением было приобщение к партийно-бюрократическому аппарату. Это открывало доступ к таким благам, которых простые граждане коммунистической страны были лишены. Перед подавляющим большинством населения СССР открывались довольно скромные возможности в бытовом обустройстве. Поэтому представление о жизненных достижениях больше связывалось с духовными факторами: интересная работа, крепкая семья, круг хороших друзей, захватывающее хобби, возможность «доставать» хорошую литературу и посещать театры и т.п.

С началом перестройки и особенно в постперестроечный период были разрушены очень многие стереотипы советской жизни и советского сознания, в том числе и представления о жизненных ценностях и целях. Новые представления, возникающие в сознании россиян, связаны с новой действительностью, которая берёт явный курс на развитие капиталистических отношений в рамках господства чиновничего аппарата. В российское общество вошли такие новые понятия как: конкуренция, выгода, прибыль, престиж, имидж и т.д. Все они когда-то характеризовали западный образ жизни, а теперь вполне адекватны российской действительности.

Успешность – одно из важнейших понятий входящих в сознание россиян. Оно привлекательно для разных категорий населения: бизнесменов, средних и мелких предпринимателей, служащих, работающих, молодежных слоёв. Успешность выступает как цель, к которой надо стремиться, и как критерий оценки жизни индивида.

В средствах массовой информации представление об успешности раскрывается через группу устойчивых визуальных символов.

Прежде всего – визуальный образ хорошего, элитного жилья. Для российского человека жилищная проблема всегда была актуальна и болезненна. Таковой она остаётся и в настоящее время. Миллионы российских людей остро нуждаются в улучшении жилищных условий. Однако символом успешности является не всякое пригодное для жизни жильё. Нынче никого особо не поразит переезд в двухкомнатную хрущёвку с крохотным коридорчиком и совмещёнными «удобствами». В рекламных роликах, в многочисленных телесериалах и скетчах, в гламурных передачах о жизни российских звёзд показывается жильё обширное, удобное, хорошо оформленное. Всякому разум-

ному да и малоразумному зрителю без объяснений понятно, что такие апартаменты можно пробрести лишь за очень большие деньги. В таком жилище человек может позволить себе иметь место и для отдыха, и для приёма гостей, и для приёма пищи. Всё как хотел профессор Преображенский в «Собачьем сердце».

Однако визуальные образы жилья на этом не исчерпываются. О более высоком уровне успешности говорят большие загородные дома-дворцы, которые могут себе позволить ощутимо богатые люди. Такие сооружения включают в себя элементы доиндустриальной жизни – экологичные материалы, связь с природой, обособленность от соседей и содержат массу современных индустриальных удобств. В «жёлтых» газетах, глянцевых журналах и во многих телепередачах любят показать фотографии этих загородных резиденций на зависть простому обывателю. О таком жилье и о таком процветании дерзают мечтать лишь небольшие группы населения страны.

Наконец, при анализе символов жилья обнаруживается и третий уровень успешности. Средства массовой информации рассказывают полуправду-полуслухи о купленных российскими гражданами за границей больших квартирах, домах, отелях, дворцах и даже небольших островах. Вид этих приобретений является символом запредельной успешности, к которой могут реально стремиться лишь те, кто достиг второго уровня.

Одним из самых главных визуальных символов успешности в современной российской культуре является и автомобиль. Образ автомобиля в культуре XIX, XX, а теперь и XXI века, всегда был многозначен. Он является символом свободного отношения с пространством и временем, личной независимости, брутальности, авантюрности и т. д. Автомобиль был и символом технического развития той или иной страны. Например, выпуск первых автомобилей марки ЗИЛ оценивался как яркий успех СССР в области машиностроения. С первых лет своего существования автомобиль являлся и символом личной успешности. Вначале – любой автомобиль, за тем – наиболее удобные, быстрые и дорогие модели. В советской России для рядовых граждан предназначались «Запорожцы», «Жигули» и простенькие марки «Москвичей». Номенклатурные люди разъезжали в «Победах» и «Волгах». Иностранные марки были большой редкостью, вызывали чувство зависти и горькие мысли о том, что такой роскошью русскому человеку не владеть.

Однако перестройка изменила ситуацию. Со второй половины 80-х годов в России стало появляться всё больше и больше иномарок. В те годы любой иностранный автомобиль считался символом преуспевания и «крутости». Каждый маломальски заработавший предприниматель покупал себе поддержанную иномарку и с гордостью демонстрировал её окружающим. В наши дни по

российским дорогам разъезжает в десятки раз больше иномарок, чем российских автомобилей. Поэтому символами успешности становятся не просто иностранные машины, а самые шикарные и новые модели знаменитых марок «Мерседес», «Шевроле», «Рено», «Кадиллак» и т. п. В клипах и рекламных роликах на таких «автомобилях» разъезжают знаменитости, гламурные красавицы и роскошные мачо. Чтобы заявить о своей успешности, принадлежности к миру удачливых и процветающих обязательно нужен такой автомобиль.

В рекламировании автомобиля как символа успешности прослеживается многоуровневость. Иметь роскошный личный автомобиль – это лишь начало. Более высокий уровень – несколько автомобилей в семье. Особый шик – в обладании дорогой коллекционной или именной модели. Ультрауровень – целая коллекция старинных раритетных моделей.

Среди символов успешности важное место занимает образ преуспевающего россиянина на фоне далёкой страны. Огромное количество рекламных щитов и роликов, журнальных фотографий, развлекательных и «серёзных» телепередач формируют у населения стойкую убеждённость, что отдых за границей – это важнейший показатель высокого уровня жизни.

Поездка в «зарубежье» для советского человека во второй половине XX века была практически нереальна. Её можно было заслужить лишь какими-то выдающимися успехами в работе или в творческой деятельности. Её время от времени выбирали предпримчивые и удачливые люди через своих знакомых, работавших в органах профсоюза и туризма.

С конца 80 – начала 90-х годов поездку за границу мог позволить себе каждый человек, имеющий средства. Это привело к невиданному росту заграничного российского туризма. Наши соотечественники заполонили Болгарию, Турцию, Грецию, Арабские Эмираты. Образы этих стран прочно вошли в информационное поле российских СМИ. Рекламируются курорты Средиземноморья, отели, рестораны, пляжи. Подходят к концу 10-е годы XXI века, но популярность этих стран не уменьшается. Отдых в Средиземноморье по-прежнему является символом успешности, правда не самого высокого уровня.

Гораздо престижнее в наши дни побывать на курортах Испании, Италии, Израиля, Лазурного берега Франции. Уровень этих мест гораздо выше и отдых там стоит намного дороже. Очень популярны в последние годы стали и полёты в страны юго-восточной Азии. Пребывание в Таиланде всей семьёй является явным признаком процветания.

Более высокий уровень успешности – это эксклюзивный отдых в экзотических местах, необычные круизы, путешествия на собственных яхтах.

Ярким символом успешности является определённый внешний вид человека. Средства массо-

вой информации достаточно чётко установили важнейшие критерии успешной внешности. Прежде всего, это ухоженность. Она достигается регулярной заботой о своем лице: массаж, маски, макияж, удачные причёски, сбалансированное питание, чистое бритьё и т.д. Все это предлагают нам по тысячи раз в день рекламные ролики и демонстрируют на своих страницах глянцевые журналы и цветные газеты.

Стандарт успешности предполагает так же моложавость. Большинство социологов и культурологов отмечают, что для европейской культуры второй половины XX – начала XXI века характерен культ молодости. Моложавость достигается разными путями: энергичность мимики и движений, улыбчивость, белые зубы, загар, хорошо подобранные цвета одежды. Чтобы выглядеть моложаво, надо заботиться о своём здоровье, более-менее регулярно заниматься спортом, посещать сауну, бассейн. Если человек добился успешности, все эти атрибуты присутствуют в его жизни. Погоня за молодостью идет и при помощи дорогих пластических операций, о которых так любят писать жёлтая пресса и рассказывать кабельное телевидение.

Успешный внешний вид предполагает престижную одежду. Совсем не обязательно это должна быть классическая костюмная тройка или строгий деловой жакет для женщин. Престижная одежда может быть самой разнообразной, от смокинга до купальника. Главное здесь – бренд, марка. Если вы одеты не на китайском рынке, а по каталогам «Отто» или «Квэлли», то это свидетельствует всего лишь о вашем очень и очень среднем уровне существования. Престижную одежду надо покупать в модных и дорогих бутиках. Уличная и журнальная реклама намекают на то, что там есть нечто эксклюзивное, нестандартное, понятное и доступное лишь избранным. Рекламные плакаты дорогих магазинов очень отличаются от стандартно-приторных картинок массового потребления. Они наполнены персонажами, с субтильно-рахитичными пропорциями, с жутким цветом тела и «фейса», одетыми во что-то блеклое и неряшливое. «Это – для избранных», – говорят они всем своим жутковатым видом. Одежда из дорогих магазинов, как символ успешности, рекламируется в телепрограммах о моде, о жизни и гардеробах звёзд, о молодёжных тусовках. Престижная одежда как и все другие символы выявляет несколько уровней преуспевания – от просто высокого до заоблачного.

Успешный вид создают также дорогие часы, женские и мужские украшения, очки, сумки, чехлы и другие аксессуары.

На этом можно, пожалуй, закончить список самых главных символов длительного успеха. Далее идут визуальные символы более мелкие, но тем не менее достаточно важные. Во времена расцвета поп-арта американский художник Р. Ха-

мильтон создал ироничный коллаж «Что делает наши современные дома такими особенными, такими привлекательными?» [4]. На этом коллаже масса предметов – символов преуспевания по-американски. В наши дни вполне можно составить коллаж успешности по-русски. В него входят: модная, оригинальная мебель, хорошее кухонное оборудование, удобные приспособления в ванно-туалетной комнате, мощная аудиоаппаратура, огромный телевизор (дополненный целой армией более мелких), «крутый» компьютер, портативный тренажёр, что-нибудь живописно-графическое на стенах, богатый бар и прочее.

Не вдаваясь в подробности, отметим, что и эти мелкие символы успешности могут свидетельствовать о разных уровнях процветания хозяина. Так, плазменный телевизор может быть разного размера, разных марок, изготовлен в разных странах. Наконец, он может быть куплен в российском магазине, где велика возможность получить подделку, или же лично привезён из заграницы.

Закончив краткий обзор символов, отметим, что визуальные образы, наполняющие современное информационное пространство, достаточно быстро и эффективно формируют у россиян представление об успешности и желание приобщиться к этой группе преуспевающих людей. Однако, визуальные образы массовой культуры не затрагивают таких важных проблем, как пути достижения успеха и цена процветания. В протестантской этике успешность неразрывно связана с добросовестным и упорным трудом. Процветание даётся Богом как награда за выполнение религиозного долга. У живущих в миру религиозный долг включает в себя добросовестный труд, честность во всех делах, порядочность в стремлении к успеху [5].

В современной массовой культуре успешность не имеет фундамента. Она существует как цель и ценность. Однако у зрителя не формируется соз-

нание того, что путь к успешности долг и зачастую труден. В массовой культуре нет визуальных символов трудолюбия, воли, самоотдачи, творчества в разных сферах деятельности. Массовая культура не говорит о трудностях общения в коллективе, о жесткой конкуренции, о противоборстве семейных и служебных интересов. Молчит она и о дефиците времени, общения, личной жизни. Всё это остаётся на задворках информационного потока, где-то там, в немногочисленных серьёзных передачах. Массовая аудитория тяготится к успешной жизни, мечтая получить ее как можно быстрее, сразу, целиком. Отсюда для многих представителей молодого и среднего поколения характерны неразборчивость в достижении целей, стремление к успеху любыми средствами и любой ценой. Массовая культура воспитывает нетерпеливых потребителей, а отсюда проистекает очень много серьёзных проблем.

Подводя итог вышесказанному, отметим, что современная массовая культура очень активно использует визуальные знаки. Многие из них превращаются в многозначные символы современной жизни. Глобализация привела к широкому распространению в российской культуре понятия успешности, как уровня и качества жизни. Массовая культура создала целую систему символов, характеризующих успешность. Эти символы можно разделить на две большие группы по их значимости – главные и второстепенные. Символы современной культуры показывают разные уровни успешности, разные этажи жизни. В массовой культуре понятие «успешность» не имеет фундамента, так как ничего не говорится о путях, ведущих к успеху и о цене процветания. Современная российская культура не уделяет должного внимания человеку работающему, она отдаёт предпочтение человеку играющему.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гараджса, В. И. Социология религии. – М., 2007.
2. Библия, Марк. – С. 23-25.
3. Бердяев, Н. А. Судьба России. – М., 1990.
4. Хонифер, К. Поп-арт. – М., 2005. – С. 40.
5. Гуревич, П. С. Религиоведение. – М., 2005.

□Автор статьи:

Белюков
Анатолий Михайлович
- канд. ист. наук, доц. каф. отечественной истории, теории и истории культуры КузГТУ
Тел. 8-905-077-71-78