

17. Kichikov, A.Sh. (1969) [The Great Singer of Jangar]. *Velikiy pevets “Dzhangara” Eelyan Ovla i dzhangarovedenie* [The Great Singer of Jangar Eelian Ovla and Jangarology]. Proceedings of the Conference Dedicated to the 110th Anniversary of the Birth of Eelian Ovla. Elista: KNIIYaLI. (In Russian).

18. Seleeva, Ts.B. (2016) O buddiyskom vliyaniy na kalmytskiy geroicheskiy epos “Dzhangar” [The Buddhist Influence on the Kalmyk Heroic Epic of Jangar]. *Buddizm v dialoge kul'tur Vostoka i Zapada: proshloe, nastoyashchee i budushchee* [Buddhism in the Dialogue of Cultures of the East and the West: Past, Present and Future]. Proceedings of the International Forum. Elista: Kalmyk State University. (In Russian).

19. Batyreva, S.G. (2005) *Starokalmytskoe iskusstvo X – nachala XX veka* [The Old Kalmyk Art of the 10th – Early 20th Centuries]. Moscow: Nauka.

20. Livshits, M.A. & Reyngardt, L.Ya. (1987) Kubizm [Cubism]. In: Vanslov, V.V. & Kolpinskiy, Yu.D. (eds) *Modernizm. Analiz i kritika osnovnykh napravleniy* [Modernism. Analysis and Criticism of the Main Directions]. Moscow: Iskusstvo.

21. Kartseva, E.A. & Zvyagintseva, M.L. (2020) Public Art: Terminological Approaches and Identification Criteria. *ARTIKUL'T – ART & CULT*. 1 (73). pp. 58–73. (In Russian). DOI: 10.28995/2227-6165-2020-1-58-73

УДК 77:7.067

DOI: 10.24412/2070-075X-2020-10006

В.Н. Беденко

КИНОКОМЕДИЯ В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ 90-х ГОДОВ XX ВЕКА (НА ПРИМЕРЕ КИНЕМАТОГРАФА США)

Предмет анализа статьи – американские кинокомедии 90-х годов XX века как воплощение массовой культуры. Методы – компаративный метод, методы анализа и синтеза. Новизна исследования: в статье раскрывается знаково-символическая сторона комедийного кинематографа как феномена, преимущественно относящегося к массовой культуре. По итогам исследования сделаны следующие выводы: кинокомедии преимущественно относятся к массовой культуре, распространение фильмов данного жанра отражает ситуацию постмодерна в культуре. Комедии как элемент масскульты, в отличие от комедий как части элитарного кино, отличаются простотой и бедностью языка.

Ключевые слова: кинокомедия, культура, массовое сознание, семиотика, пост-модерн, киноязык.

Актуальность темы исследования

Данная тема отличается актуальностью, поскольку массовая культура в наши дни является преобладающей формой культуры человечества, формирующей массовое сознание, задающей ценностные ориентиры, когнитивные образцы, социальные нормы, активно участвующей в формировании мировоззрения современного человека. Принадлежность кинокомедии к массовой культуре не вызывает сомнений, так как большинство фильмов данного жанра создаются для широкой целевой аудитории, дабы вызвать у нее интерес. Производство таких фильмов – это часть такой сферы рынка, как кинобизнес, где каждая условная единица денежных средств, вложенная в фильм, с точки зрения инвесторов, должна принести выгоду. Именно поэтому комедийные фильмы, как и другие произведения массовой культуры, создаются с учетом запросов широкой публики, рыночного спроса в сфере медийных развлечений.

Степень научной разработанности темы

Кинематографу как аспекту массовой культуры уделено внимание в работах социологов и философов кино М.И. Жабского, А.И. Корнеевой, Н.И. Лубашовой, А.В. Трепаковой, Н.А. Хренова и др.⁷

Комедийному жанру уделяется внимание в трудах А. Гусева, Е.А. Гамарра⁸.

Цель, задачи и предмет исследования

Цель исследования состоит в рассмотрении кинокомедии как феномена массовой культуры.

Задачи исследования:

1. Охарактеризовать массовую культуру в сравнении с элитарной и традиционной.
2. Проанализировать постмодернистские основания комедийного кино.
3. Описать язык кинокомедии.

Предмет исследования – американские кинокомедии 90-х годов XX века как воплощение массовой культуры.

Научная новизна исследования

Несмотря на наличие работ, посвященных массовой культуре и популярному кинематографу как ее элементу, научных трудов, где рассматривалась бы исключительно кинокомедия в контексте масскульты и ситуации постмодерна, практически нет. Этим и обусловлена научная новизна нашего исследования.

Методология и методы исследования

В исследовании применяется компаративный метод, позволяющий выявить специфику массовой культуры среди форм культурной жизни общества. Методология включает в себя постмодернистский подход к современной культуре и концепции массового сознания, позволяющие раскрыть мировоззренческие основания современной кинокомедии, а также семиотический подход к культуре, делающий возможным раскрытие языка кинокомедии.

Эмпирическая база исследования

Эмпирическую базу исследования составляют популярные зарубежные комедийные кинофильмы первой половины последнего десятилетия XX века: «Один дома», «Горячие головы», «Маска».

Основная часть

Современная культура, частью которой является комедийное кино, представляет собой сложное переплетение элитарного, традиционного и массового.

Элитарная (высокая) культура – это специфическая сфера культуротворчества, связанная с профессиональным производством культурных текстов, приобретающих впоследствии статус культурных канонов. Для нее характерна высокая степень закрытости, обусловленная специфическими технологиями интеллектуального труда (формирующими узкое профессиональное сообщество), и определенный уровень образованности, необходимый в процессе организации целенаправленного интеллектуального усилия по расшифровке авторского послания. Элитарное кино отражает данные характеристики элитарной культуры и является ее частью.

Традиционная культура – это непрофессиональная бесписьменная культура без авторского происхождения, в которой большое значение принадлежит традиции как способу трансляции жизненно важной для общества информации и в которой ее субъекты, составляющие народ (коллективную личность), объединены общностью культурных связей и механизмов жизнедеятельности [9. С. 20-21].

При этом именно массовое в современной культуре занимает доминирующее положение, пользуясь наибольшей популярностью и формируя массовое сознание, которое представляется как наиболее неструктурированный и неорганизованный пласт духовной жизни общества [10. С. 34].

⁷ См. [1, 2, 3, 4, 5, 6].

⁸ См. [7, 8].

В современных условиях наибольшее влияние на индивида оказывает именно массовое сознание через вовлечение его в массовую культуру, приобщение к ее продуктам и ценностям.

Данная форма культуры, на наш взгляд, является порождением модернизации. Ее возникновение пришлось на период перехода от аграрного типа общества к индустриальному, или, используя несколько иную терминологию, – от традиционной эпохи (архаики) к эпохе современности (модерна) [11. С. 238]. Кроме того, дальнейшая модернизация, состоящая уже в переходе от индустриального к информационному обществу (от современности к постсовременности), породила дальнейшее развитие массовой культуры в связи развитием сетевых телекоммуникационных технологий. Телевидение и интернет как технологическая основа постмодерна создала все необходимые предпосылки для доминирования массовой культуры и мейнстримового кино как ее значимого элемента. Основные черты массовой культуры – это ее стандартизированный характер, простота культурных продуктов, доходящая до примитивизма, коммерциализация. Производство продукции масскульты можно сравнить с конвейерным штамповочным производством, в котором в огромных количествах создаются однотипные песни, книги, видеоигры и кинофильмы.

Комедия как феномен массовой культуры – это сегмент кинематографа, в котором главная цель не только развлечение зрителя, но и вызывание у него улыбки, смеха, что достигается с помощью разнообразных приемов. Главная функция кинокомедий – релаксационная, заключающаяся в передаче потребителю положительного настроения, облегчения его эмоционального состояния. Таким образом, комедия позволяет в определенной степени снижать уровень социальной напряженности, «разряжать» негативные тенденции в общественном сознании.

Большинство комедийных фильмов рассчитаны на достижение широкой популярности, созданы для того, чтобы развлечь зрителей. При этом темы, поднимаемые в таких кинокартинах, могут быть от самых несерьезных, что характерно для кинопародий, до вызывающих у зрителей размышления о романтических отношениях, семейных ценностях, детско-родительских отношениях и т.д. Но серьезные фильмы чаще всего выступают не комедиями как таковыми, а трагикомедиями, где комическое и трагическое перемешиваются, а по форме их можно отнести как к массовой культуре, так и к промежуточной форме между массовой и элитарной, называемой мид-культурой.

Через кинокомедии происходит постмодернистское осмеивание и ироническое переосмысление установок, поисков и наследия модернизма – данные атрибуты считаются принадлежностью фанатизма и косности. В постмодернизме комическое является сутью самой культуры, осмеивающей любой проект или цель. Постмодернистская ситуация сегодня ярко проявляется именно в мейнстрим-кинематографе, значительной частью которого является комедийный жанр. Постмодернизм обращается к комедии не только как к компенсации и адаптации реципиента, но и как к деконструкции наследия классического, модернистского искусства и картины мира, сформированной элитарной культурой вообще.

Вплоть до постмодернистской ситуации в культуре носитель элитарного знания – особая личность, облеченная творческим или научным поиском. Но массовой культуре эпохи постсовременности недостаточно равенства человека элитарной культуры и массового человека. Она заявляет об ущербности и несостоятельности человека элитарной культуры, который осмеивается и выставляется в неприглядном свете. Деинтеллектуализация комического в ее кинофильмах сопровождается деконструкцией и деструктивностью по отношению к элитарной картине мира и ее носителям.

Как отмечают современные исследователи, преобладание трех жанров популярного кинематографа, в которых наряду с комедией присутствуют боевик и мелодрама, на фоне кризиса детективного жанра и исторического, а также разлад внутри самих жанров (кризис твердой научной фантастики на фоне роста популярности фэнтези) отражают

тенденции деинтеллектуализации и легитимации ценностей рынка и потребления в современном российском обществе. Стигматизация интеллектуала и человека науки в духе ломброзианства в современном мейнстрим-кинематографе служит утверждению человека массы как потребителя масскульта в качестве нормы и мерила современного типа личности.

Популярность кинокомедии как элемента массовой культуры во многом обусловлена спецификой языка кинематографа. Киноязык начался с монтажа, то есть обладающего художественным значением соединения частей кинофильма. Так, Ж. Делёз определяет киномонтаж как «композицию, схему действия образов-движений, составляющую косвенный образ времени» [12. С. 40]. При этом кинематограф в его концепции предстает как средство виртуализации реальности, когда наряду с естественным миром, отражаемым в киноизображениях и соответствующим привычному для нас восприятию, возникает еще один – мир образов-движений, которые существуют в пространстве между изображениями.

В основе киноязыка, по мнению Лотмана, лежит выбор – выбор одного из множества путей развития события, осуществленный не по принуждению – согласно объективным причинно-следственным связям, а по желанию сценариста и режиссера. Кино несет зрителю информацию о том, как режиссер разворачивает события, составляющие сюжетную канву и идейное содержание. Создатели фильма определяют судьбы главных героев, решают за них, как поступить и какое принять решение.

Язык кино состоит в синтезе двух тенденций: «Одна, основываясь на повторяемости элементов, бытовом или художественном опыте зрителей, задает некоторую систему ожиданий; другая, нарушая в определенных пунктах (но не разрушая!) эту систему ожиданий, выделяет в тексте семантические узлы» [13. С. 47].

Основные элементы языка кино, выделяемые Ю. Лотманом, включают в основном приемы съемки и монтажа. В целом они указывают на то, что «любая текстовая единица» (будь то звук, изображение или визуальный образ), может служить элементом киноязыка, если она имеет определенное семантическое значение (имеет под собой обозначаемое и связана с ним).

Киноязык зародился еще в то время, когда кино было немым. Как пишут Лотман и Цивьян, «язык немого кино несет в себе следы преодоленной немоты» [13. С. 47]. Первое десятилетие XX века – это время трюкового кино, когда язык кино трансформируется от простой передачи движения до первых спецэффектов, создаваемых с помощью манипуляций камерой. Например, горничная разжигает камин керосином – взрыв – она вылетает в трубу; фотограф снимает прохожего – «наезд» – фотограф исчезает во рту прохожего, успевшего чудовишно увеличиться» [13. С. 49].

Исследуя немецкое немое кино, З. Кракауэр рассматривает кино натуралистически, исходя из его фотографической природы: «Фильмы выполняют свое подлинное назначение тогда, когда в них запечатлена и раскрыта физическая реальность» [14. с. 12]. Данный автор отмечает, что в кино особенно отчетливо может проявляться характер того или иного народа, историческая эпоха, господствующие в массовой культуре и сознании установки и ценности. Творцом кино, по его мнению, выступает коллективный субъект.

Л. Айснер справедливо утверждает, что немецкий немой кинематограф родился на стыке литературного экспрессионизма и «присущей немцам любви к полумраку и таинственным, призрачным образам» [15].

Киноязык значительно трансформировался за все время его существования. Язык немого кино характеризовался тишиной на экране и шумом в зале. При этом экран давал только визуальные образы. Звуковое сопровождение обеспечивал музыкант, сидящий в зале (тапер). Также особую атмосферу создавал шум киноаппарата, который крутился механиком вручную, создавая особое представление о течении времени. Эти звуки дополнялись обсуждением сцен фильма по мере его просмотра зрителями. Таким

образом, язык немого кино, включающий такие элементы, как «картинка на экране», музыка в зале, шум киноаппарата и голоса в зале, создавал особую непередаваемую атмосферу.

Далее возникает повествовательное кино, язык которого основан на сюжетном соединении кадров. Язык такого кино включает следующие разновидности:

1. Крупный план.
2. Линейный рассказ.
3. Параллельный монтаж.

Язык современного кино включает компьютерные визуальные и звуковые спецэффекты, которые не только несут определенную информационную нагрузку, наряду с традиционными элементами киноязыка, но и выступают фактором привлечения внимания зрителя, заинтересованности происходящим на экране. Современное мейнстримовое кино, в том числе и комедийное, часто использует эффект зрелищности или необычности визуальных образов на экране.

Что же касается кинокомедии как экранного искусства, следует учитывать особенности отражения реальности с помощью экранных технологий. Экранный образ сам по себе может обладать достоверностью высшей степени. Экран способен воспроизвести объект не только с фотографической точностью, но и показать его с разных ракурсов одновременно. На экране можно воссоздать окружающую действительность максимально реалистично. Экран по своим возможностям приближается к осуществлению принципа мимесиса. Однако современные творцы кино, задействовав современную технологию, разнообразное цифровое комбинирование, предпочитают создавать смоделированные, симулятивные пространства и реальности, а часто дополненные реальности.

Мы считаем, что грань между кино и кинокомедией как проявлением элитарного искусства и кино и кинокомедией как формой поп-культуры определяется связью между воплощенным на экране означающим и возникающим в сознании зрителя означаемым. Поп-культура построена на очень короткой связи «означающее – означаемое»: например, изображение розы и представление о розе фактически идентичны друг другу в момент восприятия кино. В элитарном же кинофильме реальность, которую мы обнаруживаем на экране, не следует трактовать как тождественную первичной реальности, как прямой перенос действия или предмета без трансформации смыслов.

В отличие кинематографа, относящегося к массовой культуре и рассчитанного на простоту восприятия за счет легко узнаваемых форм самой действительности, в элитарном кинематографе изображение реальности часто используется для того, чтобы продемонстрировать плюралистичность смыслов визуального объекта. В элитарном кино как подлинном искусстве элементы экранного изображения теряют связь с первичными, конкретными образами, проходя через сложную систему символизации и концептуализации. Они (элементы) визуализируют мысль, концепт, идею, даже сам процесс человеческого мышления. Любые объекты экранного изображения предстают перед зрителями наделенными множеством смыслов, утратив свои первоначальные значения. В элитарном киноискусстве продолжается отказ от реалистических традиций, и акцент согласно концептуалистским традициям ставится не на репрезентации, а на визуализации идеи, концепта.

Для кино, как элитарного, так и массового (мейнстримного), функция изображения – это визуализация идей, а основная структурная информационная единица – концепт. Оператор-постановщик организует коммуникативную среду с помощью образов-концептов, для передачи идеи, которая может охватывать как актуальные социокультурные вопросы, так и личностно-жизненные. По-другому эти образы-концепты называют мем-образами. Как объясняют западные исследователи медиа, мем – это информационная единица, обозначающая идею, образ или событие. «Мем может представлять собой: событие, изобретение, технологию, систему идей, музыкальную фразу, визуальный образ,

научную теорию, сексуальный скандал, стиль одежды или даже поп-знаменитость» [16] – то из чего строится телевидение и прочие СМИ. Мем может быть и идеями-клише, которыми мы руководствуемся в обычной жизни, строим карьеру, взаимодействует друг с другом.

Рассмотрим, как проявляет себя рассмотренный нами выше киноязык в комедийных фильмах и какие установки массовой культуры передают их создатели, какие особенности национального характера и общественного сознания отражают, на примере трех популярных комедийных фильмов США, снятых в первой половине 90-х годов XX века. Выбор американских фильмов обусловлен тем, что именно в США массовая культура, на наш взгляд, находит свое наибольшее и самое яркое воплощение, а «фабрика грез» Голливуд задает ориентиры для мейнстрим-кинематографа и популярной культуры для всего мира.

Известный фильм «Один дома» Криса Коламбуса (1990 г.) задает определенную атмосферу тем, что события происходят в канун Рождества, и локации, в которых разворачивается действие фильма, погружают зрителя в атмосферу праздника. То, что кино отражает национальный характер и передает установки массовой культуры, видно по многим деталям данного фильма: на ужин семья заказывает пиццу, все пьют колу, в фильме есть отсылки к черно-белому кинематографу. Режиссер фильма транслирует не только их, но и семейные ценности.

Зрелищность здесь передается через злключения двух антагонистов, на которых и основывается комический эффект: падения, удары различными предметами, соприкосновение с электротокком, ожоги и т.д. Насилие завуалировано под смех и показано с несерьезной стороны, тем более, его жертвы – это воры, получающие по заслугам.

Мемы-образы, на которые опирается создатель «Один дома»: американская семья, «типаж из городских легенд», «на воре шапка горит» и т.д. Кроме того, данная лента сама породила целый ряд мемов, например, персонаж Маколея Калкина с рвущимися на дороге в его руках пакетами.

В кинофильме Джима Абрахамса «Горячие головы» (1991 г.) атмосфера создается за счет военного антуража, диалогов между героями, мимики и поведения.

В названной пародийной кинокомедии можно встретить множество мемов-образов, одним из которых является воплощенный в адмирале Бенсоне концепт старого военного командира: не способный здраво мыслить в силу возраста, порой ведущий себя абсурдно и говорящий абсурдные фразы («Кто видел краба? Они всегда ходят парами!»), но отдающий приказы и поступающий справедливо.

В фильме деконструируются штампы современного кинематографа, а также передаются такие ценности американского общества, как патриотизм и верность родине. Отражается в нем и актуальный на тот момент для американцев мотив войны в Персидском заливе и образ С. Хусейна.

В фильме «Маска» Чака Рассела и Лоуренса Гутермана (1994 г.) настроение главного героя передается через принимаемые им образы мультперсонажей (видя красивую певицу в клубе, главный герой превращается в волка из мультфильма и начинает выть, выражая свои эмоции). Если учесть, что этот фильм вышел в 1994 году, то спецэффекты, помноженные на мимику и пластичность Джима Керри, удивительно ярко передают метаморфозы, происходящие с рядовым офисным клерком, к которому попала маска с духом скандинавского божества Локи. Яркое визуальное оформление, музыка, интенсивность действий – все это служит погружению зрителя в фильм и формированию выраженного интереса к картине. Все работает на особую атмосферу фильма. Автор использует мемы-образы из популярных американских мультфильмов, а также мемы-клише «офисный клерк», «недалекий полицейский», «роковая красотка», «опасный гангстер».

В «Маске» отражаются такие ценности массовой культуры, как деньги и власть, а также мечта о легком достижении жизненного успеха (благодаря маске как маги-

ческому артефакту неудачник с кучей психологических комплексов получает невиданные возможности). Но кроме этого фильм передает установку о победе добра над злом и о том, что внутри каждого из нас есть скрытые установки и влечения, образ идеального Я. Такое идеальное Я воплощается в реальное благодаря маске: главный протагонист, надев маску, становится относительно безобидным «фриком», свободным от всякого стеснения и комплексов, а главный антагонист превращается в гипертрофированную версию самого себя.

Выводы, их практическая значимость, возможные направления дальнейших исследований.

1. Массовая культура, отличаясь от элитарной и традиционной ориентированностью на максимально широкую аудиторию, коммерческой направленностью, доступностью и даже примитивизмом, формирует и поддерживает массовое сознание, характеристиками которого являются неструктурированность, хаотичность и эмоциональная образность.

2. Возникновение кинокомедии, ее развитие и завоевание приоритетного положения среди других жанров кино во многом обусловлено состоянием культуры западного общества второй половины XX века, которое обозначается термином «постмодерн» и означает отсутствие единых канонов, сведение духовной жизни к совокупности нарративов, деконструкцию авторитетов. В обществе, построенном на рыночных законах, высшие ценности заменяются стремлениями низшего порядка, авторитеты и культурные каноны деконструируются, а искусство заменяется шоу-бизнесом.

Что касается современного российского общества, то преобладание американизированной продукции мейнстрим-кинематографа в коммуникационных потоках современного российского общества приводит к массивной трансляции представленного содержания на сознание молодежи как представителей созревающей личности, находящейся в процессе становления. Прививание данных ценностей и моделей поведения чревато неблагоприятными последствиями. Это связано в первую очередь с неспособностью воплощения российских культурных образцов и констант в будущей социальной практике, поскольку утверждается разрыв преемственности поколений. Этому также способствует уничтожение исторического сознания как критического мерила «вечного настоящего», лишённого иных смыслов, нежели тех, что связаны с ценностями утилитарного, конsumerистского и гедонистического плана, характерными для чувственного типа культуры.

3. Большинство фильмов комедийного жанра относятся к массовой культуре, так как им присущи ее признаки, названные нами выше. Помимо них, важным критерием отличия комедийного мейнстрим-кино от элитарного комедийного кинематографа (который является скорее исключением), служит степень глубины заложенных в языке кино смыслов, длина связи между знаком на экране и означаемым. Чем длиннее связь и богаче и разнообразнее смысловое наполнение, тем в большей степени такая кинокартина относится к элитарному кино. Однако в большинстве кинокомедий данная связь короткая, а смысл лежит на поверхности. Язык кинокомедии включает как традиционные элементы, формируемые оператором, так и современные спецэффекты, создаваемые посредством компьютерной графики. К ним же можно отнести игру актеров, саундтрек, особенности построения сюжета.

Представленные выводы могут использоваться при разработке учебно-методического обеспечения по дисциплинам, в рамках которых затрагивается современный кинематограф, а также по философии и культурологии.

Перспективы разработки данной темы нам видятся в расширении семиотического анализа кинокомедии как культурного феномена за счет привлечения большей исследовательской базы, а также в применении иных методологических подходов, среди которых могут быть когнитивизм, психоанализ, а также структурализм.

Литература

1. Кинопроцесс в коммуникативной перспективе. М.: Белый берег, 2018. 360 с.
2. Корнеева А.И. Производство визуализированного научного знания – шаг к коммуникации науки и общества // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Т. 10. № 1. С. 153-159.
3. Лубашова Н.И. Из истории социологии кино // Социологические исследования. 2011. № 4. С. 146-149.
4. Полюса кинопроцесса: притяжение и отталкивание. М.: Белый берег, 2016. 440 с.
5. Трепакова А.В. Ценности американского кино. Жанры, образы, идеи. М.: КДУ, 2017. 112 с.
6. Хренов Н.А. Образы «Великого разрыва». Кино в контексте смены культурных циклов. М.: Прогресс-Традиция, 2018. 536 с.
7. Гусев А. Спасение по правилам: Комедия // Сеанс. 2016. URL: <http://seance.ru/blog/comedy/> (дата обращения: 04.09.2020).
8. Gamarra E.A., Jr. *The Lost Laugh: Comedy and Perversion: Dissertation*. Graduate School of Emory University. 2016. 295 p.
9. Босов Д.В. Мэйнстрим-кинематограф как фактор формирования духовно-потребительских ориентаций студенческой молодежи: дис. ... канд. соц. наук. СПб., 2017. 144 с.
10. Михайлов В.А., Скудалова О.В. Массовое сознание и средства массовой информации // Вестник ТвГУ. 2017. Сер. «Философия». Вып. 4. С. 21-31.
11. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: Едиториал УРСС, 2016. 350 с.
12. Делёз Ж. Кино. М.: Ад Маргинем, 2004. 624 с.
13. Лотман Ю., Цивьян Ю. Диалог с экраном. Таллин: Александра, 2018. 144 с.
14. Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. М.: Искусство, 1974. 442 с.
15. Айснер Л. Демонический экран. М.: Rosebud Publishing; Пост Модерн Текнолоджи, 2010. 240 с.
16. Дэн Тошин. Комментарии к выставке «Американское видеоискусство в начале третьего тысячелетия». URL: <http://videoarts.narod.ru/biennale/biennale2007.htm> (дата обращения: 05.09.2020)

Comedy in the Popular Culture of the First Half of the 1990s (On the Example of US Films)

Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii – Cultural Studies of Russian South, 2020, 3 (78), 50–58. DOI: 10.24412/2070-075X-2020-10006

Vladimir N. Bedenko, Russian State University of Cinematography named after S. Gerasimov (Moscow, Russian Federation). E-mail: bedencko.vlad@yandex.ru

Keywords: comedy, culture, collective consciousness, semiotics, postmodernity, cinema language.

This article presents a study of American comedy films of the 1990s as the embodiment of popular culture. The study analyzes this type of audiovisual art in the context of conceptual representations of popular culture and collective consciousness, and the signs of comedy films. The study employs a comparative method and the general logical methods of analysis and synthesis. On the example of a number of foreign and domestic comedy films, based on film semiotics, the author analyzes the language of the films of this genre. A semiotic analysis makes it possible to reveal the signs and symbols of comedy films as a phenomenon mainly related to popular culture. First, the author determines the characteristics of popular culture

that distinguish it from other forms of the cultural environment of society and concludes that comedy films predominate in this culture, which obeys market laws and is based on marketing and advertising. The author also uses the idea of collective consciousness, since it is formed under the influence of the instruments of popular culture, including comedy films. The author employs the concept “postmodernity”, which allows seeing the ideological foundations of the comedy film genre in the spiritual situation that developed in Western society by the last third of the twentieth century. The study also makes it possible to draw a line between mass-market and elitist comedy films based on the depth of their symbolic content.

References

1. Zhabskiy, M.I. & Tarasov, K.A. (2018) *Kinoprotsess v kommunikativnoy perspektive* [Cinema in a Communicative Perspective]. Moscow: Belyy bereg.
2. Korneeva, A.I. (2007) *Proizvodstvo vizualizirovannogo nauchnogo znaniya – shag k kommunikatsii nauki i obshchestva* [Production of Visualized Scientific Knowledge as a Step Towards Communication Between Science and Society]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii – Journal of Sociology and Social Anthropology*. 10 (1). pp. 153–159.
3. Lubashova, N.I. (2011) *Iz istorii sotsiologii kino* [From the History of the Sociology of Cinema]. *Sotsiologicheskie issledovaniya – Sociological Studies*. 4. pp.146–149.
4. Zhabskiy, M.I. (ed.) (2016) *Polyusa kinoprotsessa: prityazhenie i ottalkivanie* [Poles of Cinema: Attraction and Repulsion]. Moscow: Belyy bereg.
5. Trepakova, A.V. (2017) *Tsennosti amerikanskogo kino. Zhanry, obrazy, idei* [Values of American Cinema. Genres, Images, Ideas]. Moscow: KDU.
6. Khrenov, N.A. (2018) *Obrazy “Velikogo razryva”*. *Kino v kontekste smeny kul'turnykh tsiklov* [Images of the Great Divide. Cinema in the Context of Changing Cultural Cycles]. Moscow: Progress-Traditsiya.
7. Gusev, A. (2016) *Spasenie po pravilam: Komediya* [Salvation by the Rules: Comedy]. [Online] Available from: <http://seance.ru/blog/comedy/>. (Accessed: 04.09.2020).
8. Gamarra, E.A., Jr. (2016) *The Lost Laugh: Comedy and Perversion*. Dissertation. Graduate School of Emory University.
9. Bosov, D.V. (2017) *Meynstrim-kinematograf kak faktor formirovaniya dukhovno-potrebitel'skikh orientatsiy studencheskoy molodezhi* [Mainstream Cinematography as a Factor in the Formation of Spiritual and Consumer Orientations of Student Youth]. Sociology Cand. Diss. St. Petersburg.
10. Mikhaylov, V.A. & Skudalova, O.V. (2017) *The Mass Consciousness and Mass Media*. *Vestnik TvGU. Ser. “Filosofiya”*. 4. pp. 21–31. (In Russian).
11. Kostina, A.V. (2016) *Massovaya kul'tura kak fenomen postindustrial'nogo obshchestva* [Mass Culture as a Phenomenon of Post-Industrial Society]. Moscow: Editorial URSS.
12. Deleuze, J. (2004) *Kino* [Cinema]. Translated from French by B. Skuratov. Moscow: Ad Marginem.
13. Lotman, Yu. & Tsiv'yan, Yu. (2018) *Dialog s ekranom* [Dialogue With the Screen]. Tallin: Aleksandra.
14. Kracauer, S. (1974) *Priroda fil'ma. Reabilitatsiya fizicheskoy real'nosti* [Nature of Film]. Translated from English by D.F. Sokolova. Moscow: Iskusstvo.
15. Eisner, L. (2010) *Demonicheskiy ekran* [The Haunted Screen]. Translated from German by K. Timofeev. Moscow: Rosebud Publishing; Post Modern Teknologzhi.
16. Toshin, D. (2007) *Kommentarii k vystavke “Amerikanskoe videoiskusstvo v nachale tret'ego tysyacheletiya”* [Comments on the Exhibition “American Video Art at the Beginning of the Third Millennium”]. [Online] Available from: <http://videoarts.narod.ru/biennale/biennale2007.htm>. (Accessed: 05.09.2020).