

УДК 141.319.8:159.923:791.242(477)

Ландяк О. М.

КОНСТРУЮВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ В ТЕЛЕСЕРІАЛАХ ПРО ДРУГУ СВІТОВУ ВІЙНУ НА УКРАЇНСЬКОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

В статті проводиться аналіз репрезентацій різних типів ідентичності, а також стратегій їх конструювання в телесеріалах про Другу світову війну, які транслируються на українському культурному просторі. Мета статті – дослідити основні типи індивідуальної та колективної ідентичності, виявити причини популярності подібних репрезентацій в українській зрительській аудиторії.

Ключевые слова: телесеріал, індивідуальна ідентичність, колективна ідентичність, репрезентація.

The main subject of this article is to research different types of identity representation in TV serials about Second World War translated in Ukrainian cultural space. We investigate how these TV serials represent individual and collective types of identity, the way in which these kinds of identity are constructed. The aim of the article is to research why these types of representation are popular in Ukrainian cultural space.

Keywords: TV serial, individual identity, collective identity, representation.

Формулювання проблеми. На сучасному українському культурному просторі спостерігаємо появу великої кількості постановних телесеріалів, що набули статусу культових, головною темою яких є відтворення подій Другої світової війни. Ці серіали репрезентують різні типи ідентичності, серед яких можна виділити особистісну та колективну ідентичність, етнічну, національну, класову, гендерну. Ці репрезентації подано крізь призму подій військового часу, переломного моменту в культурі, коли існує таке явище, як криза ідентичності. Крім того, значна кількість візуалізацій ретроспективно відсилають читача візуального наративу до метадискурсу, сконструйованого за допомогою ритуальних практик радянського «минулого». Чим пояснюється виникнення цього феномену візуальної медіакультури, чому саме на українському культурному просторі та в сучасності згадані репрезентації стають поширеними та користуються попитом? Яким саме чином вони конструюються?

Актуальність статті викликана гостротою полеміки, що розгортається сьогодні на українському культурному просторі у зв'язку з конструюванням національної, етнічної та інших типів ідентичності продуктами візуального маскульту, зокрема телесеріалами про Другу світову війну.

Предметом нашого розгляду є репрезентації різних типів ідентичності та стратегії їх конструювання в телесеріалах про Другу світову війну на українському культурному просторі.

Метою статті є дослідити стратегії конструювання різних типів особистісної та колективної ідентичності в телесеріалах про Другу світову війну, що транслиуються

на українському культурному просторі, а завданням – виявити причини популярності подібних репрезентацій саме в українській глядацькій аудиторії.

Джерельна база. Дослідження проводиться на матеріалі постановних телесеріалів про Другу світову війну, що транслюються в українському культурному просторі, які набули статусу культових. Серед них можна виділити найбільш знакові, такі, як «У червні 1941», «Штрафбат», «Ленінград», «Останній бронепоезд», «Важкий пісок» тощо.

Аналіз дослідницьких публікацій. Незважаючи на те, що телесеріали, темою яких є Друга світова війна, стали поширеним та популярним явищем на пострадянському, зокрема українському, культурному просторі, наявна вкрай невелика кількість як російських, так і українських наукових досліджень, що аналізують цей феномен масової культури і, поготів, торкаються проблеми конструювання та репрезентації різних типів ідентичності у цьому виді візуальної медіакультури. Проте можна знайти численні публіцистичні публікації українських ЗМІ, що використовують певні репрезентації ідентичності, представлені в телесеріалах про Другу світову війну, як плацдарм для вдалим спекуляцій та ідеологічного популізму. Зокрема, це дозволяє підтримувати певні ідеологічні політизовані інтереси, а також мати ще один привід для продовження історично глибшого та масштабнішого протистояння національних ідей. Так, у статті О. Романчука «Війна, яку виграла Росія» [7] розглянуто конструювання національної ідентичності в телесеріалах про Другу світову війну. Автор посилається на авторитетних дослідників, зокрема Е. М. Томпсон, акцентуючи увагу на міфологізації війни та ідеологічному тиску з боку виробників російської національної ідеї на свідомість споживачів телесеріалів про Другу світову війну, що особливо проявляється на українському культурному просторі. Водночас у статті відчувається пропагування української національної ідеї, що є сьогодні головним курсом державної української політики. Більш радикальними є рефлексії націоналістичних видань щодо візуальних медійних проєктів, які репрезентують Другу світову війну та ідентичність її учасників. Зокрема, показовою є стаття Р. Сербіна «Історична пам'ять в українському державному будівництві» [8], де автор зазначає: «Парадокс української вірності традиціям Дня Перемоги полягає в тому, що міф про Велику Вітчизняну війну... був спрямований на консолідацію багатонаціональної імперії навколо правлячої Комуністичної партії – і через це є ворожим українським незалежницьким прагненням» [8].

Популістське використання телесеріальних репрезентацій схоже на чергову спробу пропаганди української національної ідеї. Однак багато тез збігаються з думками авторів ґрунтовних аналітичних робіт, присвячених досліджуваній темі. На українському культурному просторі можна відзначити роботу С. Гнатюка та М. Кияка [3], які проаналізували кількісні та якісні характеристики розвитку саме українських телепроєктів, зокрема телесеріалів як найбільш масових і культових їх видів. Особливим чином при цьому було розглянуте питання, що постає сьогодні одним із найгостріших у роботах західних фахівців з візуальної медіакультури. Це проблема «національних» телебачень та їх аудиторій. Так, К. Гераті, Л. Еб'ю-Лоход,

вивчаючи різні види «національних» телесеріалів (європейського, східного культурних просторів), виявили залежність певного типу репрезентацій від виробників, замовників та споживачів, тобто так званих «національних аудиторій». Дослідники зазначають, що як на Заході, так і в країнах Близького Сходу діє тенденція до узгодження телевізійних репрезентацій з очікуваннями та структурними особливостями місцевих аудиторій [10]. У той же час, як зазначають С. Гнатюк та М. Кияк, українське телебачення є винятком із подібної схеми: «Переважна більшість телевізійної кінопродукції, що виготовляється в Україні і розміщується на вітчизняному телебаченні, не є українською не лише за мовною ознакою, але й з точки зору художнього змісту. Відтак, вона об'єктивно виступає чинником консервації й зміцнення російського мовно-культурного ареалу, гальмує процеси формування консолідованого українського суспільства, сучасної української ідентичності. Показово, що створені в Україні серіали та телефільми наш глядач зазвичай ідентифікує як російські» [3].

Російські дослідники Л. Гудков у роботі «Негативна ідентичність» [4] та Е. Заяц у статті «Печалі негативності та радості ідентичності» [5] розділяють критику українських джерел стосовно міфологізації російської історії, зокрема репрезентації Другої світової війни як Великої Вітчизняної війни. Однак у працях російських дослідників, які так чи інакше працюють у межах російської ідеологічної системи, не надається необхідної уваги аналізу вагомих аспектів проблеми, до того ж критика, представлена в цих дослідженнях, зазвичай стосується ідеологічного спадку тоталітарного режиму і не більше. Можна навести критику Л. Гудкова, який зазначає: «Єдиною інституційно закріпленою, а отже, впливовою, версією війни, що відтворює суспільство та ідентичність його членів, стала офіційна версія. В ній табуйованими та витісненими залишаються теми ціни перемоги, відповідальності керівної влади країни за розв'язання війни, травматичності повсякденного військового та поствоєнного досвіду, пам'яті про невинуваті перемогою жертви, про насилля над мирним населенням, колабораціонізм. Одним словом, витіснено все те, що не свідчить про монолітну солідарність націй у цій війні, тому що головною функцією символу „Велика Вітчизняна війна” є саме відтворення радянської моделі національної солідарності, яка, у свою чергу, легітимізує жорстку державу владу» [4, с. 713].

Як відомо, телесеріали про Другу світову війну, які транслюють на пострадянському, зокрема українському, культурному просторі, є здебільшого експортними продуктами російських виробників. Отже, у них репрезентовано ті образи, з якими ідентифікує себе в першу чергу російський глядач. При цьому очікування та бажання регіональних аудиторій частіше за все не враховано.

Неузгодженість у репрезентаціях різних типів ідентичності, що фігурують у межах сучасних конструкцій історії Другої світової війни, призводить до загострення тривалого протистояння між міфологемами російської та української національної ідеї. Цікаво, що в розглянутих нами джерелах ми не зустріли детального розгляду цього актуального сьогодні феномену, а також жодних рефлексій щодо його причин та наслідків.

Виклад основних результатів наукового дослідження. Головну міфологему, що є рушійною силою для створення російськими виробниками численної кількості телесеріалів про Другу світову війну, можна описати словами А. Дугіна з його роботи «Філософія війни»: «Той, хто не готовий битися та вмирати, не може по-справжньому жити...» [1]. Це твердження можна пояснити тезою П. Поляна, який зазначав: «Міфологізація „Перемог” вже вийшла за межі тієї війни та успішно захоплює недавню [російську] історію» [1]. Отже, типовий міф про «героя», що є сьогодні чи не найбільш популярним у західній телепродукції (серіали «Герої», «Надприродні» тощо), на російському телеекрані доповнено певним історичним фоном – події розгортаються на тлі сконструйованої радянською масовою культурою «романтики» «епохи тієї війни» («У бій ідуть тільки старі», «Доля людини» тощо). Ідентичність «радянської людини», репрезентована в подібних зразках радянського візуального маскульту, конструюється на базі ніцшеанського образу «надлюдини», типового для тоталітарних режимів, що у свою чергу сягає корінням архетипів язичницької та середньовічної культур.

Як зазначає Л. Артем'єва, у пострадянські часи виникає «новий досвід „бачення” кіно: радянські фільми можуть переповідатися як серіали або авангардні стрічки, оцінюватися з точки зору сучасної арт-естетики. Аналіз моделей сприйняття авангардного та більш пізнього радянського кіно дозволяє пов'язати популярність фільмів з багатьма чинниками, від процесів повернення до радянської утопії та її естетичних цінностей до різноманітних форм ностальгії – печалі та пам'яті про минуле, або більш конструктивного переозначення та іронії» [1].

Згідно з цією логікою, типи ідентичностей, що репрезентовано сьогодні в телесеріалах російського виробництва про Другу світову війну, можна умовно поділити на декілька основних категорій: ностальгічні, сконструйовані за шаблонами радянської «героїчної» естетики, та «іронічно-пародійні», в основі яких лежить архетип «ворога».

У цій ситуації найбільшу цікавість для дослідження становить аналіз моделей, що виступають еталоном для маркування «позитивних» та «негативних» конструктів. Ці маркери обираються згідно з концепцією сучасної російської ідеологічної політики, і саме в цьому аспекті спостерігаються докорінні розбіжності між російським та українським «баченням».

Характерними прикладами репрезентації «героїчної» ідентичності в межах офіційної критики тоталітаризму виступають головні персонажі телесеріалів «Штрафбат», «Останній бронепоезд» та «Важкий пісок». Згідно з сюжетом, маргінальна етнічна, гендерна або соціальна для тоталітарних режимів ідентичність героїв не перешкоджає їм виявити «справжню героїчність» свого характеру. Штрафбатець, що стає чи не найбільш відважним командиром, репресований «комісар»-рятівник, єврейська жінка-герой та її чоловік напівєврей-напівнімець, безроздільно відданий абстрактній «Батьківщині» – усі ці серіальні персонажі, які на перший погляд представляють в одній особі суперечливі, а часом і контраверсійні типи ідентичності, проте об'єднані на архетипічному рівні. Вони є не що інше, як конструкти колективної ідентичності, що всупереч зовнішній політиці

антитоталітарної критики є тоталітарними за своєю сутністю.

Цікаво, що в подібних телесеріалах не запропоновано репрезентацій деконструйованої ідентичності «людини повсякденності», в умовах сюжету така ідентичність обов'язково «розгортається», набуваючи ознак «героїчної» або «ворожої». Так, героїня телесеріалу «Останній бронепоезд», етнічна німкеня, конформістка за суттю та поведінкою, за сюжетом стає чи не найбільш героїчною помічницею, через любов до репресованого радянського командира починає захищати, а врешті приймати і навіть «любити як свою» власне «його Батьківщину». Героїня телесеріалу «Ленінград», провідна актриса театру, теж спочатку проявляє аморфність у переконаннях та конформізм. Але згодом вона повертається на «істинний шлях», розуміючи, що ленінградський театр – її життя. Архетипічні патріархальні мотиви, що задіяні в подібній конструкції через гендерну та професійну ідентичність, переходять у соціонаціональну. Глядач сприймає таке перевтілення як знак верховенства сакралізованої патріотично-національної ідеї над частковими, особистісними типами ідентичності.

Пояснення подібних конструкцій доволі повно надано в роботі Г. Зверєвої «Вічна війна». Вона зазначає, що в технологічному процесі створення продуктів медіакультури незмінно актуальні такі прийоми, як приведення до відомого, звертання до «побутового досвіду, використання слів із „загальним”, „непроблематизованим” значенням та утвердження прямого, побутового уявлення про реальність. Офіційні досвіди будування позитивної „мобілізаційної” ідентичності вибудовуються... на базі ідеї нерозчленованого цілого „ми”, консолідованого навколо федеральної влади усупереч цілому „вони”... [це] виглядає як прагнення до консервації монолітності суспільства і недопущення диференціації різноманітних груп усередині „ми”» [6]. Іншими словами, авторка зазначає, що конструювання «сучасного» в подібних телесеріалах суцільно обумовлено завданнями створити привабливе «минуле» та «сучасне». За відсутності справжнього позитиву пропонуються зразки, патерни колективного минулого. Риторика позитивної мобілізаційної ідентичності фокусується навколо формул колективної пам'яті. Вона користується попитом в умовах єдиного інформаційно-медійного простору і становить своєрідний тренд «нашого минулого», тобто будови «колективного позитиву, що містить у собі риси компенсації та імітації... Набір „порожніх” формул та пояснювальних схем консолідації (зокрема концепт „Батьківщини”) [відбувається] крізь відтворення минулої величі Росії... Разом із відмовою від міфологеми „багатонаціональна спільність – радянський народ” відбувається утвердження як нової реальності понять „російська нація”» [6].

Отже, колективна ідентичність, що конструюється в постановних телесеріалах російського виробництва про Другу світову війну, націлена формувати нову російську ідентичність, теоретично не може бути гарантом успіху цих конструктів на українському культурному просторі. Проте українська аудиторія сприймає подібні культурні конструкти іноді більш прихильно, ніж запропоновані власною ідеологічною системою концепти «українськості». Вірогідно, таку ситуацію можна пояснити висновками Л. Гудкова. Він зазначив, що пострадянський простір й досі має

архетипічні уявлення, пов'язані з радянською дійсністю, особливо радянською візуальною культурою. Це відбувається на психологічному рівні, тобто існує «пряма залежність формування комплексу жертви радянської і пострадянської ідентичності від нерозвиненості системи інститутів та прав громадянського суспільства, що породжує невдоволення нестабільністю та відсутністю „порядку в країні”... з одного боку, комплекс жертви виступає як механізм нівелювання негативного досвіду і виправдання себе як залежного суб'єкта, з другого – є реакцією на змасовіння суспільства, породжуючи своєрідну систему самоідентифікації, усередині якої неможливе виникнення національної самосвідомості, що ґрунтується на універсальних, громадянських цінностях» [4, с. 631]. В умовах сучасної дестабілізації українського суспільства подібні пояснення можуть мати сенс.

Тут доцільно розглянути групу персонажів, що протягом сюжету телесеріалів не приходять до очікуваної, позитивно маркованої «внутрішньої єдності» і до кінця розцінюються як «негативні», «ворожі». У серіалах зустрічаємо доволі епізодичне зображення «ворога», переважно як знеособленої інертної маси або конкретно «антиморального» владного механізму. Так, по суті, збірний концепт «німці» втрачає своє значення як етнічна спільність, набуваючи конкретного значення ворожого, страшного «чужого» (телесеріали «У червні 1941», «Диверсант»).

Л. Гудков зазначає: «Ідеологема „ворога” є найбільш значущою для розуміння всього комплексу змістів, відтворюваних радянською репресивно-ідеологічною машиною, що не втрачають своєї актуальності в пострадянську епоху...» [4, с. 756].

Зовсім інакше конструюються образи прибічників «ворога», наприклад власівці, представники армії Крайова та навіть звичайні «поліцаї». Згідно із сюжетом серіалу «Під ливнем куль», одному власівцю була надана можливість «виправитися», тобто перейти на бік «своїх» (власне, це теж доволі абстрактний концепт, що в будь-якому разі не тотожний поняттю «Червоної Армії»). Персонаж-власівець зустрічається з братом-червоноармійцем, який намагається перетягти брата на свій бік. У ході діалогу виявляється, що обидва ведуть боротьбу за доволі абстрактну «Батьківщину». Однак «Батьківщина» «свого», згідно із сюжетом, є кращою, бо вона здобувається героїчно, благородно, у той же час власівець є «зрадником», що апріорі свідчить про його «підлість». Тут ми підходимо до ще одного важливого концепту в конструюванні «позитивної» та «негативної» колективної ідентичності – міфологеми «зрадника». Г. Зверєва зазначає: «Ті образи, що владно утверджують себе в масовому кінематографі й на телебаченні, претендують на повність, документальну достовірність, увагу до окремої людини, але, по суті, виражають ідею не допустити альтернативних уявлень про війну в її культурно-історичній конкретності» [6].

Ідентичність «зрадника», що маркується навіть більш негативно, ніж ідентичність «ворога», є темою телесеріалу «СМЕРШ». Згідно із сюжетом, у 1946 році в білоруських та українських лісах об'єднується сотня колишніх «поліцаїв» та «зрадників», так званих «вовків та лисиць» (сама назва вже конструює певне ставлення глядача до представлених персонажів). Вони чинять «антиморальні» злочини, убивають радянських офіцерів, нападають на ешелони, тероризують мирне населення, особливо жінок та дітей, у той же час спритно зникають та маскуються.

Тільки радянські бійці групи СМЕРШ урешті-решт можуть їх здолати. Цікаво, що прямого посилання на армію ОУН-УПА в серіалі немає, діалоги «зрадників» здебільшого відбуваються польською мовою. Інший телесеріал «Ліквідація» про перші післявоєнні часи на Одещині подає вояків ОУН-УПА як найбільш небезпечних «бандитів». Подібні репрезентації є чи не єдиною у всій російській телесерійній індустрії про Другу світову війну, де глядачеві пропонують хоча б у негативному, напівміфічному образі антиморальних «примар» звернути увагу на існування представників Української повстанської армії. Нещодавні події в Україні, пов'язані з наданням цій групі статусу та прав ветеранів, сприймаються на території України більш ніж неоднозначно. Тому телесеріали російського виробництва, що демонструють «російський» негативний погляд на образ ОУН-УПА, є доволі сильним чинником впливу на свідомість масового глядача, особливо російськомовних регіонів, що дозволяє впроваджувати в процес конструювання ідентичності українського глядача концепти та міфологеми російської національної ідеї.

Отже, можна констатувати, що у свідомості українського масового глядача, який споживає телесерійну продукцію російського виробництва, наявна своєрідна інформаційна травма. Необхідно заповнити наявну лакуну в конструюванні безпосередньо української ідентичності в телесеріалах про Другу світову війну, а також створити так званий «примиренський міф» російської та української ідентичності.

Висновки. Отже, типи ідентичностей, що репрезентовано сьогодні в телесеріалах російського виробництва про Другу світову війну, можна умовно поділити на дві основні категорії: ностальгічні, сконструйовані за шаблонами радянської «героїчної» естетики, та «іронічно-пародійні», в основі яких лежить архетип «ворога».

Пострадянська російська телесерійна індустрія використовує культові радянські зразки конструювання ідентичності, зокрема символи Великої Вітчизняної війни, для досягнення формування новітньої російської національної ідентичності. У цій ситуації виключено будь-які альтернативи, запропонований варіант колективної ідентичності є тоталітарно-монолітним за своїм характером, усупереч усім новітнім теоріям особистісної ідентичності.

Однак подібні процеси частіше за все завуальовано ліберальною риторикою, тому експортовані на пострадянські регіони, зокрема український культурний простір, вони сприймаються досить прихильно. Можна констатувати, що у свідомості українського масового глядача, який споживає телесерійну продукцію російського виробництва, наявна своєрідна інформаційна травма. Необхідно заповнити наявну лакуну в конструюванні безпосередньо української ідентичності в телесеріалах про Другу світову війну, а також створити так званий «примиренський міф» російської та української ідентичності.

Література:

1. Артемьева Л. Международная научная конференция «Чтения по советской культуре» [Электронный ресурс] / Л. Артемьева // НЛО. – 2008. – № 92. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/2008/92/art38.html>

Ландяк О. М. **КОНСТРУЮВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ В ТЕЛЕСЕРІАЛАХ ПРО ДРУГУ СВІТОВУ ВІЙНУ НА УКРАЇНСЬКОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ**

2. Война, другая память : программа и тексты выступлений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.memo.ru/daytoday/5konfer1.htm>
3. *Гнатюк С.* Розвиток вітчизняного телевізійного кіновиробництва: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / С. Гнатюк, М. Кияк. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/Monitor/May08/14.htm>
4. *Гудков Л.* Негативная идентичность [Текст] : статьи 1997–2002 годов / Л. Гудков. – М., 2004.
5. *Заяц Е.* Печали негативности и радости идентичности [Электронный ресурс] / Е. Заяц. – Режим доступа: <http://sinijdivan.narod.ru/sd6rez1.htm>
6. *Зверева Г.* Вечная Война [Электронный ресурс] / Г. Зверева // Критическая масса. – 2005. – № 5. – Режим доступа: http://www.artpragmatica.ru/km_content/?auid=187
7. *Романчик О.* Війна, яку виграла Росія [Електронний ресурс] / О. Романчик. – Режим доступу: http://www.universum.org.ua/journal/2008/roman_9.html
8. *Сербин Р.* Исторична пам'ять в українському державному будівництві [Електронний ресурс] / Р. Сербин. – Режим доступу: http://www.romyr.com/case_studies/report/n14/canada
9. *Geraghty C.* British Soaps in the 1980s [Text] / C. Geraghty // Come on Down / D. Strinati, S. Wragg. – London, 1992.
10. *Abu-Lughod L.* The objects of soap opera: Egyptian television and the cultural politics of modernity [Text] / L. Abu-Lughod // The Anthropology of the Media: a Reader / K. Askew, R. Wilk. – Oxford, 2002.