



Предприниматель как герой русского кино первой половины 1990-х: проблема утверждения нового стереотипа

Д.Л. Караваяев

кандидат искусствоведения

На материале советского и русского кинематографа первой половины 1990-х годов рассматривается проблема утверждения в постперестроечной России нового социально-этического стереотипа — положительного нравственного облика предпринимателя, бизнесмена, владельца частной собственности. Отечественная кинопродукция этого времени анализируется в контексте формирования массовых представлений (стереотипов и фреймов) об одном из наиболее характерных социальных персонажей эпохи 1990-х. На примере фильмов обосновывается вывод: отечественный кинематограф 1990–1995-х годов, не обеспечив зрителья достаточными художественными аргументами для этической реабилитации предпринимательства и не способствовал в должной мере утверждению в массовом сознании новых стереотипов и инструктивных представлений-фреймов.

УДК 778.5р(09) «1990-2000»

АННОТАЦИЯ

ключевые слова
русское кино
1990-х, морально-
этическая
проблематика,
образ
предпринимателя
в русском
кино, этический
стереотип
и фрейм
в киноискусстве

Свойство кинематографа закреплять в социальном сознании этические стереотипы¹, нормы и образцы поведения осмыслены давно, причем и на теоретическом (наука), и на практическом (кинопроизводство, культурная политика, пропаганда) уровнях². Не случайно в советскую эпоху кинематограф наделяли лестным (но и ко многому обязывающим) наименованием «школы жизни». Опираясь специфическими средствами художественной выразительности, прежде всего образами вымышленных героев, действующих в вымышленных обстоятельствах, кинематограф давал зрителю пример поведения в реальной жизненной ситуации, причем поведения, основанного на аксиологическом принципе, с внятной атрибуцией «добра» и «зла». Отпочковавшись от экранного образа, такого рода пример закреплялся в социальном сознании в виде *стереотипа* — по

¹ Под термином «стереотип» понимается «принятый в исторической общности образец восприятия, фильтрации, интерпретации информации при распознавании и узнавании окружающего мира, основанный на предшествующем социальном опыте» (Википедия, статья «Стереотип»). Системы стереотипов служат ядром представлений индивида о картине мира. — *Прим. авт.*

² См.: Социология и кинематограф. Под общ. ред. М. Жабского. М.: Канон +, 2012. Часть вторая, главы 1 и 2.

³ Ослон А. Уолтер Липпман о стереотипах: выписки из книги «Общественное мнение». URL: <https://corp.fom.ru/uploads/socreal/post-113.pdf>. (дата обращения: 06.08.2018).

⁴ Шибутани Т. Социальная психология. М.: Прогресс, 1969. С. 11–12.

⁵ Батыгин Г.С. Континуум фреймов: драматургический реализм Ирвинга Гоффмана. <https://cyberleninka.ru/article/n/kontinuum-freymov-dramaturgicheskij-realizm-irvinga-goffmana> (дата обращения: 04.02.2019).

У. Липпману, «базового элемента обозримого устойчивого мира, в котором можно ориентироваться и действовать»³. Более того, в определенных случаях стереотип поднимался до уровня *фрейма* — четкого представления-инструкции, позволяющего как личности, так и социальной массе, без сложной аналитической процедуры интегрировать факты и коллизии жизни в «рабочую концепцию реальности»⁴, а затем действовать в соответствии с этой «рабочей концепцией». В оборот гуманитарных наук термин «фрейм» был введен американским социологом И. Гоффманом и подразумевал, по словам российского исследователя и комментатора трудов Гоффмана Г. Батыгина, «способность практического сознания “собирать” мир в организованное целое без участия дискурсивного контроля, <...> вид процедурного знания — “знание как” или последовательность действий, описывающих либо креативный аспект предмета, либо его функциональный аспект»⁵. Уточним, что стереотипы, внедренные в массовое сознание культурно-эстетическими источниками, в том числе и экранными, играли в подобном «собираании мира в организованное целое» весьма важную, а порой и определяющую роль.

Формирование этических стереотипов и фреймов посредством произведений кинематографа — сложный, длительный и не лишенный драматизма процесс. Но еще более драматичным является процесс резкой их смены — когда в условиях изменившихся социально-экономических реалий возникает необходимость замены старых нравственных ориентиров на новые. В эпоху конца 1980-х — начала 1990-х годов, когда у нас в стране утверждались принципы «предпринимательской экономики» и формировался имидж предпринимателя, именно эта тема нашла подобное драматичное преломление в отечественном кино.

Крах мифа о «добрых гениях» палаточной торговли

Одним из весьма распространенных заблуждений, присущих на заре горбачевской перестройки ее самым искренним и наивным приверженцам, была вера в то, что преуспевать в новых политических и экономических условиях будут прежде всего люди нравственные и порядочные. Многим представлялось почти аксиомой, что человек с «прогрессивным» предпринимательским мышлением, тем более находящийся в поле зрения сильных государственных и социальных институтов, не будет наживаться за счет общественного достояния и преуспевать с помощью махинаций, не говоря уже о том, чтобы убивать конкурентов, подсаживать молодежь на наркотики или заставлять женщин заниматься проституцией.

Перед самым распадом СССР советский кинематограф сделал попытку представить новоявленного предпринимателя как позитивный социальный персонаж и, в принципе, нравственного человека. Примером тому стал кооператор Сергей Ненашев (А. Абдулов) из фильма В. Сергеева «Гений» (1991). Бывший «мэ-нэ-эс», отмеченный дюжиной изобретательских патентов за работу в НИИ, в «перестройку» он оказался «не при делах» и открыл свою овощную палатку. Положительный моральный облик Ненашева был обрисован не слишком изобретательно: он «почестному» делил мятые рубли выручки среди своих работников, вступался за покупателей, которых обвешивал пройдоха-продавец, не пасовал перед мафией (правда, при этом не гнушался шантажировать почтенных граждан, снимая на видеокассеты их интимные похождения в номере гостиницы, и «впаривал»



Кадр из фильма
«Гений», режиссер
В. Сергеев, 1991 г.

псевдоспутниковое телевидение продавцам цветов на рынке). Фильм был популярен у массового зрителя, хорошо прокатывался на видео — что, впрочем, в большей степени объяснялось актерской харизмой Александра Абдулова и его романтического

дуэта с «барби»-героиней в исполнении Ларисы Белогуровой, нежели появлением на экране актуального социального персонажа в его новой этической ипостаси.

Примерно в ту же «закатную» пору мелькнул на экранах (видеоэкранах) и совсем идеальный герой от бизнеса — молодой одесский «предприниматель-изобретатель» Савицкий из фильма «Путана» (1991, режиссер А. Исаев). Подобно героям Чернышевского, он отваживал от развратного промысла проститутку Ольгу (Е. Шевченко) — женщину гордую и утонченную, а она, в свою очередь, помогала ему выйти из финансовой ловушки, подстроенной коррумпированными чиновниками.

Однако к этому времени перестроечные иллюзии были основательно дискредитированы. Уже на пике горбачевской эпохи (1987–1989) в нашем общественном сознании прочно утвердятся стереотип, что «бизнесмен», «предприниматель», «делец» — это как минимум человек аморальный, а как максимум —

преступник, и что само его появление есть симптом и издержка развала сильного и преуспевающего государства (собственно, для значительной массы нашего населения это было всего лишь освежением той мантры, которая закладывалась в массовое сознание на протяжении всего существования СССР). Первые постперестроечные годы дали «тонны» аргументов в пользу того, чтобы из этого стереотипа была выведена формула национальной катастрофы. «Плодами наших усилий по разрушению тоталитарной системы, результатом усилий всего общества решили воспользоваться жулики, — с отчаянием восклицал режиссер С. Говорухин. — ... И кроме себя, нам винить некого. Мы сами вручили знамя демократии в руки жуликов»⁶.

По мере того, как зритель проходил через тернии приватизации, ваучеризации и криминализации бизнеса (последняя больно ударила не только по потребителям, но и по новоявленным дельцам), он все меньше доверял гипотезе о «нравственном российском бизнесмене». И напротив, стереотипный образ хитрого, циничного, вульгарного нувориша вызывал доверие и понимание. «Идеологическое наследие советской эпохи — враждебное отношение к предпринимательству и капитализму — в новой России сохранилось, — писал американец Д. Хоффман в своей книге «Олигархи. Богатство и власть в новой России». — Милиционеры, дежурившие на улицах в период первого знакомства России с диким капитализмом, были воспитаны в советском духе и твердо верили, что все бизнесмены — преступники уже потому, что занимаются бизнесом. Милиционеров воспитывали в духе советского уголовного кодекса, согласно которому любая рыночная сделка считалась преступлением»⁷.

Этическое фиаско как обратная сторона материального преуспевания

Пример буквальной и незамысловатой переработки подобных умонастроений в экранный стереотип давала «жестокая» мелодрама Б. Григорьева «Исповедь содержанки» (1992). Ее главная героиня — молодая легкомысленная провинциалка Мария (М. Зудина) становилась деловой и сексуальной партнершей импозантного бизнесмена Вадима (И. Янковский), занимавшегося сомнительными экспортно-импортными операциями с произведениями искусства. Когда Вадима захватывали в заложники его криминальные подельники, Мария начинала лихорадочно собирать нешуточную (150 тысяч долларов) сумму для его выкупа. Чтобы добыть деньги для любимого мужчины, она даже соглашалась «продать себя» пожилому иностранцу. Вадим, однако,

⁶ Станислав Говорухин. Великая криминальная революция. М.: Эрго-Пресс, 1995. С. 74.

⁷ Хоффман Д. Олигархи. Богатство и власть в новой России. Глава 9. Легкие деньги. URL.: https://www.e-reading.club/chapter.php/1032054/13/Hoffman_-_Oligarhi._Bogatstvo_i_vlast_v_novoy_Rossii.html (дата обращения: 30.08.2018).



Кадр из фильма
«Исповедь
содержанки»,
режиссер Б. Григорьев,
1992 г.

оказывался настолько непорядочным, что, во-первых, предлагал бандитам вместо себя взять в заложницы... Марию (!), а во-вторых, без малейших угрызений совести договаривался с другой женщиной уехать после освобождения отдыхать. Существенную роль в этой истории играл вы-

соконравственный подполковник милиции (М. Жигалов), скрепя сердце выполнявший свой служебный долг по освобождению презираемого им заложника-бизнесмена.

Заметно более серьезной и многомерной выглядела этическая коллизия и ее участники в «Лимите» (1994) Д. Евстигнеева. Друзья-провинциалы Иван Ворошилов (В. Машков) и Михаил Вулах (Е. Миронов) приезжали «завоевывать Москву» в середине 1980-х и занимали свое место под солнцем в начале 1990-х. Новизна коллизии состояла в том, что по специальности они были не набившие оскомину «коммерсанты-внешторговцы», олицетворявшие в отечественном масскульте конца 1980-х — начала 1990-х высшую ступень предпринимательской иерархии, а компьютерщики, фанаты и корифеи новых технологий, определявшие лицо эпохи (и ее конфликты) на целые десятилетия. Компьютер в ранней постперестроечной России служил средством для выдвижения в бизнес-элиты. И средством для криминальных афер! Мягкий увалень Миша выбирает простой и легальный путь восхождения: он разрабатывает программы для кодирования секретной информации и получает место в команде программистов крупного банка. Более жесткий и авантюрный Иван сближается с преступным миром. Он — хакер, взламывающий защитные программы банков по запросам слившихся с криминалом бизнесменов. Его постель не остывает от молодых и красивых женских тел. Заработав фантастические по советским представлениям деньги, он уже и сам с упоением примеряет на себя личину «акулы бизнеса», «хозяина жизни», способного в буквальном смысле купить тот самый город, в который он когда-то приехал легкомысленным юнцом (конкретнее — он покупает деградировавший водный стадион возле одноименной станции метро, где хочет обустроить элитный рекреационный центр). Теперь он может не без самодовольства признать, что первый

«джек-пот» на жизненном поприще сорван. Более того, есть все основания считать, что и в дальнейшем жизнь по жестким, но «фартовым» криминальным законам позволит столь же легко брать крупный выигрыш. Однако сценаристы (И. Квирикадзе, П. Луцик, А. Саморядов) поворачивают сюжет так, что жестокий до цинизма «мачо» и взломщик компьютерных программ сам ломается в незапрограммированной этической ситуации. Сначала — при встрече со странной девушкой (К. Орбакайте), которая апеллирует к его душевной искренности. Потом — при



Кадр из фильма
«Лимита»,
режиссер
Д. Евстигнеев,
1994 г.

попытке втянуть в криминальную аферу того самого Мишку, с которым когда-то приехал в Москву и который сейчас должен «по старой дружбе» дать подсказку для взлома заказанной дискеты. Развязка картины недвусмысленно давала понять, что этика бизнеса, тем паче криминализиро-

ванного, несовместима с романтическими идеалами юности и традиционными представлениями о дружбе.

Примечательно, что попытка продекларировать обратное была сделана двумя годами раньше в комедии В. Бортко «Удачи вам, господа!». В финале этого фильма герой, бывший офицер Советской Армии, ставший биржевым брокером (А. Жажарс), давал согласие на сделку, которая «обеспечивалась дружбой», — контрагентом выступал его друг и однополчанин (Н. Караченцов), не раз выручавший его «по жизни». Другое дело, что весь предшествовавший финалу набор сатирико-эксцентрических эпизодов с нажимом, оттесняющим остроумие, убеждал зрителя, что *бизнес* — это есть что-то несерьезное, нечистоплотное, незаконное и недостойное порядочного человека и настоящего мужчины (герои изображают цыган перед иностранцами, проносят надгробные речи в крематории, спаривают собак, торгуют воздушными шариками и, переодевшись в женщин, участвуют в конкурсе красоты). Формула «расцвет бизнеса = упадок государства» красноречиво подтверждалась некогда грозными танками, превращенными в ночлежки для уволенных офицеров, и цехом бездействующего оборонного предприятия, водород с которого шел на продажу для надувных шариков.

Примерно та же «этическая нищета» новорусских бизнесменов скрывалась за сюжетом и характерами комедии-сиквела «Прохиндиада-2» (1994, режиссер А. Калягин), главный герой которой, махинатор с еще советским «послужным списком» Любомудров (А. Калягин), пытался приспособить к новым российским реалиям свою жизненную концепцию «бега на месте» (имитация полезной социальной деятельности ради наживы). В итоге герой терпел фиаско, но послевкусие, оставленное фильмом, едва ли давало повод к оптимизму в отношении справедливости нового миропорядка. «Нормальная жизнь — для тех, кто умеет вертеться! (*читай: надувать ближнего — Д.К.*)», «сейчас так: кто кого кинет!», «если есть деньги — стало быть, и грехи!» — эти и подобные реплики героев вполне корреспондировались с расхожими представлениями зрителя об «этическом кодексе» новой эпохи.

В деревенской комедии В. Чикова «Про бизнесмена Фому» (1993) герой, «перековавшийся» из трактористов в бизнесмены, шепотной недотепа Фома Дракин (М. Евдокимов) представлял человеком симпатичным и порядочным, однако этическая правомерность предпринимательства дискредитировалась уже самим анекдотическим предметом дракинского бизнеса: он начал возводить в своей деревне... гламурный туалет! Спущенные на уровень анекдота, герой и его проблема едва ли могли стать поводом для серьезного осмысления в социальном поле (да и анекдот-то имел печальную развязку — «прогрессивный» туалет сжигали рэкетеры). Кроме того, фильм был поставлен практически неизвестным на тот момент режиссером и прокатывался в основном на видеокассетах.

Апелляция к носителям «исконных ценностей»

В этой связи нетрудно предположить, что фильм-аргумент (или даже фильм-манифест), оправдывающий с этической точки зрения бизнес и бизнесмена, мог иметь ощутимый общественный резонанс и даже заложить основу нового стереотипа, если бы его создателем стал режиссер первой величины, персоне, завоевавшая всенародную известность еще с советских времен. В 1994 году именно это и произошло. Сельская трагикомедия А. Кончаловского «Куручка Ряба» стала одним из первых «раскрученных»⁸ проектов постсоветского кино. Помимо имени всемирно известного режиссера, в качестве приманки для зрителя были использованы привязка (по персонажам и месту действия) к «полочному шедевру» того же Кончаловского «История Аси Клячиной»⁹ и культовая актриса отечественного

⁸ Под «раскруткой» имеется в виду масштабная и энергичная рекламная кампания, начатая еще на этапе съемок. К таким же проектам надо отнести фильм «Утомленные солнцем» Н. Михалкова и «Ширли-мырли» В. Меньшова. — *Прим. авт.*

⁹ Не исключено, что эта приманка возымела обратное действие: кто-то из потенциальных зрителей предположил, что, по аналогии с фильмом «История Аси Клячиной», речь идет о бессюжетном авторском кино. — *Прим. авт.*

кинематографа — Инна Чурикова в главной роли. Именно на Чурикову, с ее харизмой и умением сыграть свою героиню в амбивалентном комическо-трагическом ключе, и легла главная ноша этического подтекста картины. Весьма нестандартен был и принципиальный креативный ход создателей фильма (в том числе сценаристов — самого А. Кончаловского и В. Мережко), согласно которому главная героиня фильма, поющего «осанну» предпринимателю в российской деревне, изначально



Кадр из фильма,
«Курочка Ряба»,
режиссер
А. Кончаловский,
1994 г.

выступала как гневная обличительница нового «капиталистического» уклада. «Хватит нам терпеть этих спекулянтов, бизнесменов, кооператоров и прочую мафию свободного рынка!», — вопила в микрофон перед односельчанами постаревшая на 30 лет и заметно прибавившая в эксцентричности Ася Клячина. В своем селе она возглавила стихийный бунт против «нового мироеда», владельца лесопилки Чиркунова (Г. Егорычев), чтобы после череды печальных и смешных происшествий... признать ему в любви и признать его жизненное кредо: «...работать, чтобы разбогатеть, разбогатеть, чтобы жить лучше!». Обратим внимание, что именно первый глагол в этой максиме является определяющим для личности Чиркунова: он работает от зари до зари, причем работает физически, продолжая тем самым традицию исконного русского крестьянина-труженика.

Так или иначе, но когда смотришь фильм Кончаловского, в какой-то момент кажется, что на самом деле его создатели изготвили артистично закамуфлированную «агитку», «заказуху». Ода новорусскому «крепкому хозяину» начинает звучать слишком громко, а в его экранной ипостаси, «богатеет без страха и упрека» Чиркунове, начинает просвечивать плакатный контур («не характер!», — так и срывается у нас с языка). Но ближе к финалу события начинают развиваться не совсем предсказуемо (герой в пьяном иступлении поджигает свою лесопилку и еще недостроенный дом), а уж авторское резюме оказывается совершенно не идентичным нравоучительной оде о пользе предпринимательства на российском селе. Русская деревня, да и сама

Россия, — она как зеленая трава, которая живет и остается сама собой даже под снежным настом, ее устремления и представления о благе не изменить бухгалтерскими расчетами, нормой прибыли и конвертацией в СКВ. Конечно, это не перечеркивает всего того, на что были потрачены предшествующие полтора часа экранного действия. И все же у зрителя (рассудительного, прагматичного) после просмотра остается ощущение неизбывного вопроса — «так как жить-то?». Новый фрейм складывался, складывался, да так и не сложился...

В отличие от А. Кончаловского актер и режиссер Е. Матвеев по разряду фестивального авторского кино никогда не проходил, однако в его деревенских мелодрамах, выбивавшихся в лидеры советского проката («Цыган», «Любовь земная», «Судьба»), неизменно присутствовали весьма «чувствительные» этические коллизии. Не будет преувеличением сказать, что для миллионов советских зрителей (прежде всего — зрительниц) фильмы Матвеева становились теми самыми «уроками жизни», на основе которых и формировалось восприятие экзистенциальных ситуаций и модели поведения в них. В 1995 году Е. Матвеев довольно неожиданно выступил с новой деревенской мелодрамой



Кадр из фильма
«Любить по-русски»,
режиссер Е. Матвеев,
1995 г.

«Любить по-русски», и что было еще более неожиданно — снижал серьезный успех. В контексте наших рассуждений об этической апологии предпринимательства в новой России этот фильм важен прежде всего тем, что в его художественном пространстве лич-

ность и этика новорусского фермера, предпринимателя, «индивидуалиста» накладывались на личность и этику советского партийного функционера, госслужащего, «коллективиста», — и они обнаруживали полное совпадение.

Уже с самого начала картины зрителю дают понять, что истинный патриархальный уклад русской деревни имеет гораздо больше общего с прежней советской властью и советским жизнеустройством, нежели с новыми российскими властными структурами и порядками. Люди «старого покроя» (и в первую голову — бывший секретарь обкома Валерьян Мухин в исполнении Е. Матвеева) понимали и понимают ценность земли и смысл

¹⁰ Сценарист В. Черных сумел одним штрихом поставить еще один важнейший акцент: коррумпированные новорусские чиновники хотят возродить «охотничий домик», использовавшийся прежней партийной элитой для отдыха; они (а не бывший партийный функционер Мухин) на самом деле стремятся возродить прежнюю антидемократичную практику привилегий для избранных. — *Прим. авт.*

¹¹ Землянухин Ф., Сегида М. Домашняя синематека. Отечественное кино 1918–1996. Каталог игровых фильмов СССР (1918–1991), стран бывшего СССР (1991–1996). М.: Дубль-Д, 1996. С. 231.

¹² К сожалению, в социальной практике начала 1990-х чаще встречались обратные примеры. — *Прим. авт.*

Кадр из фильма «Любить по-русски», режиссер Е. Матвеев, 1995 г.



крестьянского труда гораздо лучше, чем криминализованные нувориши, вознамерившиеся выкупить земли бывшего колхоза, чтобы устроить на них что-то вроде спа-курорта с целебной грязью и минеральной водой для коррумпированной элиты. Вопрос «для кого?» имеет принципиальное значение: если бы земля отбиралась для общественных потребностей («на общее благо»), протест новоявленных фермеров в этическом смысле был бы обесценен, а так — здоровье будут поправлять коррупционеры и откровенные бандиты, тут есть повод негодовать¹⁰!

Фильм имел на удивление высокий рейтинг при первом показе на федеральном телеканале (май 1995-го), не меньшей популярностью пользовался он и в видеопрокате (2–10 места — в мае-октябре того же года)¹¹. Впрочем, удивительно это было лишь на первый взгляд. В Черных и Е. Матвеев, прекрасно понимавшие, где скрыты нервные центры массовой (еще советской — по своей ментальности) аудитории, предусмотрели это даже на уровне нюансов: «...негодяй-прокурор — он ведь негодяем был еще при советской власти, не зря его из КПСС исключили»; «Мухин, хоть и бывший партаппаратчик, но трудяга, сам стога мечет, не прельщается на выгодное предложение примкнуть к новой власти¹²»; «расставшись с женой, Мухин предпочитает холодной, капризной и ленивой горожанке душевную, покладистую и трудолюбивую селянку»; «Мухин — настоящий мужик, может залпом стакан водки выпить, но если надо, — напроць «завяжет»; «Мухин — ветеран войны, фашистов победил». Последнее — это, в общем, даже не нюанс, а апелляция к одному из самых существенных и устойчивых зрительских стереотипов: «...если человек прошел Великую Отечественную, с ним добро и правда». Не случайно по рейдерам-захватчикам «народной» земли стреляет противотанковая пушка, схороненная в крестьянском сарае еще с военных времен.

И все же окончательно утвердить бывшего обкомовского функционера в «сане» нового российского предпринимателя В. Черных и Е. Матвееву не удалось. В сиквеле того же фильма («Любить по-русски-2», 1996) Мухин довольно легко совершает эволюцию

¹³ В облике губернатора-демократа (Е. Жариков), у которого и выигрывает выборы Мухин, есть вполне определенное сходство с Борисом Ельциным (седая шевелюра, напускной демократизм и даже либеральная фразеология).

от фермера до губернатора, опять возвращаясь к привычным бюрократическим полномочиям. Безусловно, на такой поворот сюжета оказала влияние чисто политическая конъюнктура: сиквел снимался в разгар президентской кампании 1996 года с финансовой помощью кругов, поддерживавших прокоммунистического кандидата (Г. Зюганова)¹³. Но, по большому счету, стало ясно, что ресурс «фермера-предпринимателя от КПСС» был исчерпан в рамках одного сюжета. Как новый позитивный стереотип предприниматель из обкомовского кабинета в массовом сознании так и не утвердился, даже сыгранный таким давним всенародным любимцем, как Е. Матвеев.

«Поводырь из пирамиды»

Парадоксально, но то, что не удалось именитым деятелям советского кино в формате нескольких полнометражных фильмов, удалось практически неизвестному актеру В. Пермякову и режиссеру Б. Килибаеву в серии рекламных роликов финансовой пирамиды «МММ». «Ролики были короткими и довольно примитивными, а их смысл — абсолютно ясным, — пишет в



Кадр из из рекламного ролика компании «МММ», режиссер Б. Килибаев, 1994 г.

процитированной ранее книге Д. Хоффман, — они представляли собой мощный антидот против господствовавшего цинизма, пессимизма и забот повседневной жизни. <...> Самое мощное воздействие оказывал сам Голубков, бывший строитель, ведущий теперь шикарную жизнь. В одном из первых рекламных роликов он... показывает указкой на схеме, как растет благосостояние его семьи и что

они приобрели: сапоги, шубу, мебель. В следующем месяце они купят автомобиль. В верхней части схемы — дом. «Дом в Париже?», — спрашивает его жена Рита, сидя в мягком кресле и жуя шоколадные конфеты. «Почему бы и нет?», — говорит диктор, а Голубков мечтательно глядит в потолок. Еще в одном ролике Лёня и его старший брат Иван, работающий на шахте, спорят, сидя за кухонным столом, на котором стоят бутылка водки и банка с солеными огурцами. Иван называет Лёню халявщиком. «Разве ты не помнишь, чему нас учили родители?», — говорит Иван. — Честно работать. А ты суетишься, покупаешь акции. Ты — халявщик!». «Ты не прав, брат, — неторопливо отвечает

Лёня. — Я — не халевщик. Я честно зарабатываю деньги на своем экскаваторе. И покупаю акции, которые приносят мне прибыль. Если ты захочешь построить завод, то не сможешь сделать это один, но если мы все сложимся, то построим его, и он принесет нам прибыль и прокормит нас. Я — не халевщик, я — партнер». <...> Объяснение Лёни совершенно не соответствовало действительности, никакого завода не было, но оно содержало суть философии Мавроди, заключающуюся в том, что каждый должен внести свой вклад. <...> Реклама оказалась такой успешной только потому, что реальная экономика находилась в плачевном состоянии. Гиперинфляция съедала сбережения, заводы закрывались, и рабочие не получали зарплату месяцами... Лёнина эпопея, демонстрировавшаяся день за днем, звала зрителей к новым высотам оптимизма и благосостояния. Силы были не равны: бедные граждане России не могли устоять перед сказкой, которую предлагал им Мавроди, а российское государство было слишком слабым, чтобы вмешаться»¹⁴.

Следует уточнить, что успех рекламы коренился отнюдь не только в «состоянии реальной экономики», но и в умении авторов рекламной приманки точно рассчитать ее художественную рецептуру. Так, например, упрощенно-вульгарные, но физиономически-достоверные образы Лёни Голубкова, его жены и брата, молодоженов Игоря и Юли, одинокой женщины Марии Сергеев-

ны и других характерных представителей российского «плебса» сочетались с появлением в сюжете мексиканской актрисы Виктории Руффо (звезды телесериала «Просто Мария»), в силу чего у массового зрителя рождалось захватывающее дух ощущение «реальности чуда» — сказочного обогащения. Не менее эффективно срабатывала и закодированная в подтексте рекламного ролика



Кадр из рекламного ролика компании «МММ», режиссер Б. Килибаев, 1994 г.

биография новоявленного предпринимателя, «поводыря из пирамиды»: Голубков выглядел как *заурядный* человек на излете *заурядной* жизни, он не обладал каким-то уникальным профессионально-образовательным багажом, не имел криминального прошлого или связей во властных структурах. В силу этого обыватель проникался иллюзией, что, во-первых, успешный опыт одной заурядной личности будет легко повторить тысячам и

миллионам других, ей подобных, а, во-вторых, что этот опыт *этически не предосудителен*. Второе заблуждение, в контексте наших рассуждений, представляется особенно значимым.

В качестве итога можно вынести весьма печальное резюме: ущербность массового сознания в равной степени проявилась как в доверии к эстетически легковесному экранному контенту, так и в доверии к самой мошеннической, этически порочной финансовой пирамиде, которую этот контент рекламировал. Важно, однако, что пресловутые рекламные ролики не просто утвердили в массовом сознании *позитивный стереотип* предпринимателя и предпринимательства, но и сформировали на его базе фрейм — то самое «*процедурное знание, как*», которым практически воспользовались миллионы россиян¹⁵.

* * *

Завершая анализ фильмов, повторим основной вывод: в отличие от коротких и недолговечных рекламных роликов, ответственный «большой» кинематограф (советский перестроечный и российский постперестроечный период первой пятилетки его существования) этически-позитивную и при этом исторически-оптимистичную фигуру предпринимателя, бизнесмена и хозяина так и не внедрил в массовое сознание россиян. Самых ранних героев из племени «советских кооператоров» («Гений») можно даже не вспоминать — в их историях не были угаданы ни масштабы, ни последствия грядущих перемен. Бизнес героев «Лимиты», «Исповеди содержанки», «Удачи вам, господа!», так или иначе, предполагал безнравственность. А «нравственное предпринимательство» Валерьяна Мухина («Любить по-русски»), фермера Чиркунова («Курочка Ряба»), тракториста Фомы («Про бизнесмена Фому») оказывалось исторически бесперспективным, поскольку требовало либо вступления в войну со всем миром, либо компромисса со своей совестью.

Утверждение нового стереотипа начнется только в следующем пятилетии. Карикатурный, но все же не обделенный сочувствием образ успешного новорусского бизнесмена появится в комедиях Александра Рогожкина («Операция “С Новым годом”», «Особенности национальной рыбалки»¹⁶). Во многом прорывной фигурой становится бизнесмен Дмитрий Пупков из фильма «Принцесса на бобах» (1997) В. Новака в исполнении Сергея Жигунова. Через 7 лет, путем несложной эволюции, он превратится в добродушного, влюбчивого и обаятельного бизнесмена-продюсера Максима Шаталина в телесериале «Моя прекрасная няня», — и уж точно вырастет до уровня социального клише.

¹⁵ По данным «Википедии», участниками финансовой пирамиды стали от 2 до 15 млн вкладчиков. URL.: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%9C%D0%9C> (дата обращения: 30.08.2018).

¹⁶ Строго говоря, бизнесмен Сергей Олегович (Сергей Русскин) появляется уже в фильме «Особенности национальной охоты» (1994), но и его заметность на фоне других, более колоритных персонажей, и приметы его социального статуса оставляют желать лучшего. Не удивительно, что в фильме «Особенности национальной охоты в зимний период» он не появляется вовсе. — *Прим. авт.*

Однако, при всем этом, этически-негативных версий подобного персонажа будет появляться гораздо больше. В лучшем случае это будут олигархи, играющие на грани этического и криминального фола («Олигарх» П. Лунгина), в худшем — просто преступники, «крестные отцы» мафиозных группировок, «по совместительству» ведущие бизнес («Жмурки» А. Балабанова, телесериалы «Бандитский Петербург», «Бригада» и т. д.). ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Батыгин Г. С. Континуум фреймов: драматургический реализм Ирвинга Гоффмана. URL.: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontinuum-freymov-dramaturgicheskij-realizm-irvinga-gofmana>.
2. Говорухин С. Великая криминальная революция. М.:Эрго-Пресс, 1995.
3. Землянухин Ф., Сегид М. Домашняя синематека. Отечественное кино 1918–1996. Каталог игровых фильмов СССР (1918–1991), стран бывшего СССР (1991–1996). М.: Дубль-Д, 1996.
4. Ослон А. Уолтер Липпман о стереотипах: выписки из книги «Общественное мнение». URL.: <https://corp.fom.ru/uploads/socreal/post-113.pdf>
5. Социология и кинематограф. Под общ. ред. М. Жабского. М.: Канон +, 2012.
6. Хоффман Д. Олигархи. Богатство и власть в новой России. URL.: https://www.e-reading.club/chapter.php/1032054/13/Hoffman_-_Oligarhi._Bogatstvo_i_vlast_v_novoy_Rossii.html.
7. Шибутани Т. Социальная психология. М.: Прогресс, 1969.

REFERENCES

1. Batygin G.S. Kontinuum freymov: dramaturgicheskij realizm Irvinga Goffmana [Frame Continuum: Irving Goffman's Dramatic Realism]. URL.: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontinuum-freymov-dramaturgicheskij-realizm-irvinga-gofmana>. (In Russ.).
2. Govorukhin S. (1995) Velikaya kriminalnaya revolyutsiya [Great Criminal Revolution]. Moscow: Ergo-Press, 1995. (In Russ.).
3. Zemlyanukhin F., Segida M. (1996) Domashnyaya sinemateka. Otechestvennoye kino 1918–1996. Katalog igrovyykh filmov SSSR (1918–1991), stran byvshego SSSR (1991–1996) [Home cinemateque. Domestic cinema 1918–1996. Catalog of feature films of the USSR (1918–1991), countries of the former USSR (1991–1996)]. Moscow: Dubl-D, 1996. (In Russ.).
4. Oslon A. Uolter Lippman o stereotipakh: vypiski iz knigi «Obshchestvennoye mneniye» [Walter Lippman on Stereotypes: Extracts from Public Opinion] // URL.: <https://corp.fom.ru/uploads/socreal/post-113.pdf>. (In Russ.).
5. Sotsiologiya i kinematograf [Sociology and cinema]. Pod obshch. red. M. Zhabskogo. Moscow: Kanon +, 2012 (In Russ.).
6. Khoffman D. Oligarkhi. Bogatstvo i vlast v novoy Rossii [Oligarchs. Wealth and power in the new Russia]. URL.: https://www.e-reading.club/chapter.php/1032054/13/Hoffman__Oligarhi._Bogatstvo_i_vlast_v_novoy_Rossii.html. (In Russ.).
7. Shibutani T. (1969) Sotsialnaya psikhologiya [Social Psychology]. Moscow: Progress, 1969. (In Russ.).

Entrepreneur As a Hero of Russian Cinema in the First Half of the 1990s: the Adoption of a New Stereotype

Dmitry L. Karavaev

Ph.D of Arts, S.A. Gerasimov Russian State Institute of Cinematography (VGIK)

UDC 778.5P (09)«1990–2000»

ABSTRACT: The essay discusses, via the analysis the Soviet and Russian cinema of the first half of the 1990s, the problem of adoption of a new socio-ethical stereotype — the positive moral stereotype of an entrepreneur, a businessman and a private property owner — in post-perestroika Russia. The scholarly novelty of the presented study consists in pointing out that films of that period have been mostly evaluated in a fragmented and ambiguous manner, the author analyzes them in the context of the formation of mass representations (stereotypes and frames) of one of the period's most characteristic social figures. The actuality of the study analysis is evidenced by the ongoing discussions about the ethical background of entrepreneurship in contemporary Russia and about the nature of the 1990s. Considering this problem on the basis of a comprehensive analysis of representative films (*Genius, Confessions of a Kept Woman, Limita, Ryaba My Chicken, Love the Russian Way, and others*), the author concludes that in 1990–1995 Soviet/Russian cinema, inspired both by the inertia of the former Soviet ideas about business and businessmen and the dramatic collisions of the first five years of the post-Soviet era, did not provide the viewer with sufficient artistic arguments for the ethical rehabilitation of entrepreneurship and, therefore, failed to fix new stereotypes and instructional representations/frames in the mass consciousness.

KEY WORDS: Russian cinema of the 1990s, moral and ethical issues, the image of an entrepreneur in Russian cinema, ethical stereotype and frame in cinema