

Издатель

ФГБОУ «Петрозаводский государственный университет»
Российская Федерация, г. Петрозаводск, пр. Ленина, 33

Студенческий научный электронный журнал

StudArctic Forum

<http://saf.petrso.ru>

№2(14), 2019

Главный редактор

В. С. Сюнёв

Редакционный совет

С. Б. Васильев
Г. Н. Колесников
А. Н. Петров

Редакционная коллегия

М. И. Зайцева
А. Ю. Борисов
Т. А. Гаврилов
А. Ф. Кривоноженко
Е. И. Соколова
Л. А. Девятникова
Ю. В. Никонова
Е. О. Графова
А. А. Кузьменков
Р. В. Воронов
М. И. Раковская

Редакция

А. Г. Марахтанов
А. А. Малышев
Р. А. Мацуев

ISSN 2500-140X

Адрес редакции

185910, Республика Карелия, г. Петрозаводск, ул. Ленина, 33.

E-mail:saf@petrsu.ru

<http://saf.petrso.ru>

История и археология

Образ Крыма в комедийном кинематографе 1980 – 2000-х гг.

**САВИЦКИЙ Сергей
Иванович**

академический бакалавриат, ПетрГУ (просп.
Ленина, 33, Петрозаводск, Респ. Карелия,
185000),
sersawiz@yandex.ru

Ключевые слова:

Крым
кинематограф
образность
туризм.

Аннотация: Статья посвящена эволюции образа Крыма в комедийном кинематографе на примере фильмов 1982 и 2018 годов. В качестве образа Крыма рассматриваются рекреационные ресурсы и бытовые особенности туризма с межличностными отношениями. Автор приходит к выводу о преемственности сюжетов двух фильмов. Однако современный комедийный кинематограф дает односторонний, гляцевый образ Крыма, иногда вводя зрителей в заблуждение. Этим можно объяснить популярность советских фильмов, снятых в Крыму.

Основной текст

Крым всегда был местом для киносъемок романтических и приключенческих фильмов. Киноманы насчитывают около 370 фильмов, снятых в Крыму; существуют специальные интернет-ресурсы, посвященные этой теме [2]. Особое внимание уделяется кинотуризму как отдельной отрасли туризма, организующей туры по местам киносъемок [4], [7] и способной «вывести на новый уровень депрессивные туристско-рекреационные районы полуострова» [3]. Поэтому цель данной статьи – сравнить представления о Крыме в поздний советский период (когда Крым был привычной и неотъемлемой частью СССР) и в нынешнее время (после принятия Крыма в состав России).

Несмотря на то, что крымские пейзажи для советского и постсоветского кинозрителя – вполне привычное явление, сам образ Крыма в общественном сознании не был постоянным. Это было связано, прежде всего, с политическим развитием страны: если в советский период Крым был одним из немногочисленных мест жаркого

и «дикого» приморского отдыха в СССР, то в современной ситуации это может быть характерно лишь для экологического и ностальгического туризма, а также быта сотрудников силовых структур, лишенных возможности отдохнуть за рубежом. Кроме того, на волне поднявшегося в 2014 г. патриотизма лозунг «Крымнаш» стал диктовать соответствующий художественный образ. Ярким примером требовательности к «правдивому» отображению образа полуострова является статья крымского краеведа Д. В. Соколова, на полном серьёзе отнёсшего известный художественный фильм «Крым» А. А. Пиманова к историографии и обвинившего его создателей в репрезентации украинской версии «крымской весны», согласно которой полуостров был аннексирован [5, с.166].

Отсюда важность определения критериев для выбора фильмов и их сравнения между собой. Во-первых, кинокартина должна быть посвящена именно Крыму. Это не должен быть фильм про очередную «таинственный остров» с «пиратами Карибского моря». Во-вторых, фильм должен претендовать на объективную оценку ресурсов Крыма и выражать мнение не только общественности в лице режиссера, но и своеобразную «санкцию» от государства в лице Госкино или Министерства культуры. Поэтому представляется возможным использовать для примера фильмы комедийного жанра, способные выражать точку зрения создателей иносказательно. Под маской сатиры комедии способны целенаправленно фиксировать различные стороны явлений, которые в рамках других жанров нуждались бы в более глубоком осмыслении.

Таким образом, в качестве образцов взяты фильмы «Спортлото – 82» режиссера Леонида Гайдая и «Женщины против мужчин: Крымский каникулы» (2018) Леонида Марголина. Первый фильм стал лидером советского кинопроката 1982 года. Исследователями отмечаются причины интереса к подобным работам на рубеже 1970-х – 1980-х гг. на фоне некупаемости большинства кинокартин и планирования развития «жанрово-тематических направлений» со стороны Госкино: омоложение зрительской аудитории и девальвация традиционных (в тот период – коммунистических) нравственных ценностей [6, с.79-80].

Второй фильм гораздо менее известен, однако расходы на производство всё же были возмещены. Оба фильма носят рекламный характер – спортивной лотереи и фешенебельного пансионата «Мрия» с номерами от 10 тыс. руб. за сутки (на момент написания статьи). В обоих заняты популярные для своего времени актёры – Михаил Пуговкин, Михаил Кокшенов (1982) и артисты Comedy Club (2018). Важно, что оба фильма получили «санкцию» от государства: если в 1982 г. все фильмы снимались с одобрения Госкино, то работа 2018 г. велась при поддержке Министерства культуры РФ, что отражено в титрах. Наконец, между фильмами есть прямая преемственность: персонаж Пуговкина учит своего помощника улыбаться для покупателей, что было включено в сюжет и создателями современного фильма.

Первое, на что обращает внимание зритель после понимания сюжетной линии –

это туристические ресурсы Крыма. В фильме Леонида Гайдая Крым напрямую не называется, однако под городом «Южногорском» легко угадываются улицы Ялты, Алушты, Феодосии, действие происходит на фоне прибрежных пейзажей Нового Света, Карадага, горных силуэтов Демерджи и других известных объектов. Практически всегда стоит ясная погода, а в пейзажах присутствует тёплое море – завлекательный атрибут относительно немногих местностей Советского Союза. Авторы фильма поэтапно ведут зрителя от быта провинциального курортного городка с его спекулянтами и бытовыми условиями к миру самостоятельного экологического и спортивного туризма с палатками, турбазами и минимумом бытовых удобств.

Комедийный жанр максимально позволил Леониду Гайдаю высказать свое мнение о местном гостиничном сервисе. Главный герой проживает у родственницы в переполненном «частном секторе», его комната представляет собой худший вариант «клоповника». На этом фоне палаточный быт туристов выглядит воплощением свободы и чистоты. Но по-настоящему «диким» в городской черте выглядит морской берег: оператором подчеркнута переполненность пляжей, вынужденная необходимость купания в кишасем людьми море. Любопытно, что в сознании многих крымчан подобная концентрация туристов до сих пор считается оптимальной, чему способствует и местный принцип «Крым работает три месяца в году». Не проходит мимо создателей фильма и дороговизна фруктов (привозимые спекулянтами апельсины). В итоге невозможность маленького Крыма удовлетворить спрос на отдых огромного СССР показана настолько ярко, что вызывает противоположный (комедийный) эффект. Судя по отзывам в Интернете, фильм и сейчас воспринимается людьми старшего поколения с тёплыми воспоминаниями о реальном Крыме, из образа которого стёрлись закрытость многих природных объектов из-за расположения военных баз и многодневные очереди за железнодорожными билетами с перекличкой на пляжах.

Фильм 2018 г. снят исключительно в пределах пансионата «Мрия», являющейся гордостью Крыма. Привлекая по сюжету молодых москвичей, отель вряд ли может символизировать весь уровень гостиничного сервиса на полуострове. Тем не менее, стеклянный фасад, бетонная набережная и сервис призваны создать впечатление о современном уровне обслуживания в Крыму. При этом меню ресторана включает в себя продукты неизвестного происхождения, выдаваемые за местные – например, огромные осьминоги, в Чёрном море не обитающие [1]. Таким образом, фильм ограничивает у зрителя восприятие ресурсов Крыма, а местами вводит его в заблуждение.

Важной особенностью комедийного жанра является показ через юмор системы ценностей общества, дополняющей пейзажный образ Крыма. В 1982 г. смеялись над человеческой жадностью (борьба за выигрыш в «Спортлото», спекуляция фруктами), наивностью (поведение персонажа М. Кокшенова) и ещё не оформившимися

любовными чувствами молодых героев фильма. Три пары «молодых героев» 2018 г. уже успели не только «оформиться», но и развестись. Пробуждение чувств для них не актуально. Решившись отдохнуть друг от друга, они едут в Крым мужской и женской компаниями отдельно, но неожиданно встречаются. Объектами шуток в фильме стали показушная отчётность директора пансионата (для контроля степени комфорта приезжает дама с проверкой), несообразительность мужчин и их нетрадиционная сексуальная ориентация под воздействием психотропных веществ. При этом внешность артиста – директора пансионата (актер – Вадим Галыгин) сильно ассоциируется с президентом страны, а его фраза в адрес погибшего осьминога «на твоём месте должен быть я» может быть оценена будущими кинокритиками по меньшей мере как оппозиционная.

Роль денег прямо или косвенно показывается в обоих фильмах. Советский экран не отрицает их большого значения: ради них работают спекулянты и закручиваются приключения, но в последний момент они отступают на задний план перед любовью главных героев. Современный кинематограф поступает иначе: в фильме 2018 г. о деньгах речи не ведётся вообще. По смыслу сюжета любой желающий может отдохнуть в отеле, в котором соотношение цена/качество с учётом транспортных расходов явно уступает зарубежному. И в этом мире происходит сначала словесная, а потом и физическая борьба между мужчинами и женщинами. Агрессивная обстановка пансионата отнюдь не располагает к отдыху в его обычном понимании, но заканчивается примирением и возвращением в прежние семьи. По замыслу создателей фильма, посетить Крым нужно для того, чтобы узнать друг друга по-новому. Эта идея обновления в путешествиях присуща и кинокартине почти сороковой давности.

Таким образом, Крым на протяжении нескольких десятилетий не изменил своего амплуа как места для любовных приключений. Однако восприятие его ресурсов у разных поколений деятелей кино различное. Если Л. Гайдай с лёгкостью даёт панораму основных природных достоинств полуострова, то современных авторов интересует только комфорт, который мог быть получен и в другом месте. Современный фильм создает однобокое представление о туристических объектах в Крыму, показывая лишь скромную долю его возможностей и удерживая внимание зрителя примитивными батальными сценами среди отдыхающих. Вполне естественно, что в таких условиях фильмы именно советского производства остаются притягательной рекламой полуострова, в котором комфорт никогда не был на первом месте.

Список литературы

1. Иськив Е. Подводный мир Черного моря и его обитатели / Е. Иськив. – Симферополь: Таврия, 2002. – 64 с.
2. Кино, снятое в Крыму [Электронный ресурс]. – URL: <http://crif.in.ua> (10.03.2019).

3. Леонова Е. Ю. Перспективы развития кинотуризма в Крыму / Е. Ю. Леонова // Наука и молодежь: актуальные проблемы социально-экономического развития региона. – Севастополь: СФ ФГБОУ «РЭУ им. Г.В.Плеханова», 2018. – С. 14-16.

4. Логвина Е. В. Проблемы и перспективы развития кинотуризма в Крыму / Е. В. Логвина // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. География. Геология. – 2017. – Т. 3 (69). – № 1. – С. 92-108.

5. Соколов Д. В. Историография «крымской весны»: интерпретации, проблемы и перспективы / Д. В. Соколов // Журнал российских и восточноевропейских исторических исследований. – 2018. – № 1 (12). – С. 158-170.

6. Хрюков Д. А. «Жанр» как ключевая проблема советского кинематографа 1968 – 1985 гг.: государство, кинематографисты, зритель / Д. А. Хрюков // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2017. – Т. 9. – № 2/1. – С. 74 – 83.

7. Черепанова О. И. Возможности развития тура «По местам киносъемок в Крыму» / О. И. Черепанова // Инновационное развитие экономики и менеджмента: теоретические и прикладные аспекты. – Уфа: Мир Печати, 2019. – С. 69-73.

History and archeology

The image of Crimea in the comedy cinema of the 1980s - 2000s

SAVITSKY Sergej Ivanovich

academic baccalaureate, PetrSU (33, Lenin Str., 185000, Petrozavodsk, Republic of Karelia, Russia), sersawiz@yandex.ru

Ключевые слова:

Crimea
cinema
imagery
tourism.

Аннотация: The article is devoted to the evolution of the image of Crimea in comedy cinema based on the films of 1982 and 2018. Recreational resources and everyday features of tourism with interpersonal relations are considered as the image of Crimea. The author concludes the continuity of the plots of two films. However, modern comedy cinema gives a one-sided, glossy image of the Crimea, sometimes misleading the audience. This can explain the popularity of Soviet films shot in the Crimea.

Bibliography

1. Iskiv E. Podvodny mir Chernogo morya i ego obitateli. – Simferopol: Tavriya, 2002. – 64 p.
2. Kino, snyatoe v Krymu [Elektronny resurs]. – URL: <http://crif.in.ua> (10.03.2019).

3. Leonova E. Yu. Perspektivy razvitiya kinoturizma v Krymu // Nauka i molodezh: aktualnye problemy socialno-ekonomicheskogo razvitiya regiona. – Sevastopol: REU im. G.V.Plekhanova, 2018. – P. 14-16.

4. Logvina E. V. Problemy i perspektivy razvitiya kinoturizma v Krymu // Uchenye zapiski Krymskogo federalnogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Geografiya. Geologiya. – 2017. – Т. 3 (69). – № 1. – P. 92-108.

5. Sokolov D. V. Istoriografiya «krymskoi vesny»: interpretatsii, problemy i perspektivy // Zhurnal rossiyskih i vostochnoevropeyskih istoricheskikh issledovaniy. – 2018. – № 1 (12). – P. 158-170.

6. Hryukov D. A. «Zhanr» kak klyuchevaya problema sovetskogo kinematografa 1968 – 1985 gg.: gosudarstvo, kinematografisty, zritel // Istoricheskaya i socialno-obrazovatel'naya mysl. – 2017. – Т. 9. – № 2/1. – P. 74 – 83.

7. Cherepanova O. I. Vozmozhnosti razvitiya tura «Po mestam kinosemok v Krymu» // Innovatsionnoe razvitie ekonomiki i menedzhmenta: teoreticheskie i prikladnye aspekty. – Ufa: Mir Pechati, 2019. – P. 69-73.