

Сокурова Ольга Борисовна

Санкт-Петербургский государственный университет, Россия

Русская культура: От слова к Логосу

В докладе исследуется место и значение слова в отечественной культуре. Применяется комплексный подход к решению проблемы на базе исторических, философских, филологических и богословских знаний. Слово представлено на разных уровнях его бытия в культуре: как смысловое «зерно» культуры; как лексическая единица; как определенный литературный жанр; как произведение искусства в смысловом и художественном единстве; как целостное «слово-о-мире» русской культуры; как отражение единства бытия в Логосе. В докладе ставятся актуальные теоретические проблемы и анализируются некоторые значимые произведения нашей словесности, такие как «Слово о законе и благодати» Илариона Киевского, «Пророк» А. С. Пушкина, «Двенадцать» А. Блока, последняя повесть В. Г. Распутина. Делается вывод о том, что на всех уровнях русская культура несет идею цельности человека и мира. Ее духовный путь направлен от слова к Логосу.

Olga Sokurova

Saint Petersburg State University, Russia

THE RUSSIAN CULTURE: FROM WORD TO LOGOS

The report investigates the role and importance of the word in the national culture. A complex approach is used to solve this problem on a basis of historical, philosophical, philological and theological knowledge. The word is examined at different points of its existence in culture: word as a semantic “grain” of human culture; word as a lexical unit; word as a specific literary genre; word as a part of a unified national outlook and word as Logos. The paper delves into theoretical problems and analyses some of the best known works of Russian literature, such as the treatise “On Law and Grace” by Ilarion of Kiev, “The Prophet” by A. Pushkin, “12” by A. Block, the last story by V. Rasputin. The conclusion is that the idea of the integrity of man and the world is carried at all levels of Russian culture. Its spiritual path leading from the word to Logos.

Проскурина Ирина Викторовна

Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина, Россия

Трейлер как пограничная форма кинотекста: Апофатика, нарратив и энигматичность образа

На сегодняшний день кинотрейлер как художественный жанр, стоящий на границе киноискусства, дизайна упаковки и рекламного дела, представляет собой уникальную художественную форму, визуальную информацию которой можно рассматривать как текст, чьи смыслы апофатичны и «читаются» на основе разгадывания энигматичных образов посредством художественных ассоциаций и культурной памяти.

На первый взгляд, вековая история трейлера — «глашатая» фильма, выходящего на экраны, не изменила ни его функции (рекламно-информационной), ни его цели (финансовой). Однако так ли это?

За свою столетнюю историю трейлер эволюционировал от анонса с преобладанием в нем текста и стремления «продать» участвующих в фильме актеров до специальных режиссерских работ с лаконичной формулировкой сверхзадачи фильма.

Анализ этапов развития кинотрейлера, во время которых он менял стили, технические приемы и смысловые нагрузки, позволяет утверждать, что в конечном итоге трейлер

эволюционировал в квазикороткометражный фильм, представляющий продукт web-дизайна и кино и являющий собой некое онтологическое пограничье кинонарратива, за которым зритель утрачивает психоэмоциональную способность логического восприятия визуального образа.

Однако любой текст, в том числе и текст трейлера, для того чтобы таковым являться, должен содержать смыслы, действующие всегда в системе, которая задается неким типом мировоззрения. На наш взгляд, для кино (в том числе и кинотрейлера) основополагающей формой трансляции смыслов является гипермиф. В культуре это явление достаточно новое, но являющее собой результат многовековой трансформации традиционного мифа, отразившейся в различных видах искусства.

Мы предполагаем проследить в докладе этапы трансформации традиционного мифа (неомиф, гипермиф), а также механизмы конструирования смыслов кинотекста, посредством мифологем гипермифа. Трейлер как «жанр» гиперреальности изначально апофатичен, так как его образ не признает линейной логики нарратива и строится на основе конфигураций гипермифа, выходя на уровень мифопоэтики.

Быстрое распространение новых технологий и программ по созданию трейлеров в последние 10 лет привело к тому, что эта форма кино стала формой массового видеотворчества. Кинотрейлер вырос из задач «виртуальной упаковки» и финансового мотиватора и стал одной из форм digital folklore (цифрового фольклора), имея все признаки народного искусства.

Irina Proskurina

Pushkin Leningrad State University, Russia

TRAILER AS A BORDER CINEMATIC FORM: APOPHATICS, NARRATIVE AND ENIGMATIC IMAGE

Today movie trailer is an artistic genre balancing on the edge of cinema, packaging design and advertising business. In this unique art form visual information can be viewed as a text whose meanings are apophatic and “read” on the basis of interpreting enigmatic images with the help of cultural and artistic associations.

At first glance, the age-old history of a trailer — a “herald” of a forthcoming film — has not altered either its functions (advertising and informational) or its objective (financial). But is actually this true?

During its century-long history trailer has evolved from a preview dominated by the text and meant to “sell” the actors starring in the film to the special work of a director with a laconic formulation of a message of the film.

Analysis of stages of a movie trailer development, in course of which its styles, techniques and meaning were changed, demonstrates that it eventually evolved into a product of web-design and cinema and a sort of ontological frontier of cinema narrative, beyond which a viewer loses a psycho-emotional capacity of logical perception of a visual image.

However, any text, including that of a trailer, in order to be a text should contain meanings, acting necessarily in a system that is defined by a certain type of a worldview. In my opinion, a fundamental form of transmission of meanings for cinema is hypermyth. Though this is a recent phenomenon in culture, it is the result of centuries of transformation of a traditional myth reflected in various art forms. The report traces main stages of transformation of a traditional myth (neomyth, hypermyth), as well as mechanisms of constructing cinematic meanings by means of hypermyth. Being a genre of hyperreality a trailer is apophatic by its very nature as it is based not on narrative logic, but on configuration of a hypermyth.

Thanks to the rapid spread of new technologies and programs to create trailers in the last ten years this form of cinema art has become a form of mass video creativity. Movie trailers, which originally

emerged as a “virtual package” and a financial motivator, have become a form of digital folklore, with all the specific features of folk art.

Кошаев Владимир Борисович

Московская государственная художественно-промышленная академия имени С. Г. Строганова, Россия

Онтология храмового искусства

Искусство как духовная чистота Первоформы истекает из Кущей — тайного желания творца достичь откровения — открыть безбрежные миры ликования и любви, делающей человека бессмертным. Бессмертие обретается Спасением, неотделимым от покаянного, жертвенного и причастного существования как исподней стороны красоты и радости. Принесение художником Даров Святого Духа для восстановления духовной полноты в человеке призвано распечатать божественную изъясненность красоты в сознании людей.

Ядром онтологии искусства, художественного бытия духовной истины, выступает жертвенная предопределенность, где культ в отношениях естественного и сверхъестественного — Субъекта и Рода — пронизывает искусство. Онтология искусства равна сакральному переживанию (Бога) через воссоздание образа искупительной жертвы и исполнение завета Тайной Вечери «Давый пищу мне плоть твою». Воссоздание Подвига способствовало выработке конфессионального канона. Вещи и действия, пространство, в которое вписан храм, олицетворяют Подвиг. Литургическое переживание человек уносит за стены храма, а принятая жертва скрепляет христианский мир схождением божьей благодати, призванной в искусстве раскрыть божественную изъясненность человека в мире.

Художественность в исполнении вселенского закона нравственности в христианстве стремится к доступности сообщения с надличностью Бога-Сына. Искусство способствует превращению субъекта в объект, в нераздельность общего творения. Последнее находим у святого Василия Великого (IV в.): «Сущность не имеет самостоятельного бытия, но усматривается в личностях». Интерпретация нерасторжения в объекте сущности и вещи жертвенным образом и составляет онтологическое содержание искусства, в том числе и современного:

- онтология как жертвенное предопределение связи Бога и человека;
- жертва как установление правил в искусстве: подчинение «текста» языку божественной Воли;
- тождество Жертве пластических троп произведения (линии, цвета, пятна, пространства), их специфика в постсоветское время;
- Образ как божественный прототип понятий не только в искусстве, но и общественном просвещении, образовании — этическая первооснова смысловия жертвенного предопределения;
- примеры конфессиональной темы в постсоветском искусстве.

Vladimir Koshaev

Moscow State Stroganov Academy of Industrial and Applied Arts, Russia

TEMPLE ART ONTOLOGY

Art as spiritual purity comes from a paradise garden — a secret desire of a creator to achieve a revelation, i.e. to open boundless worlds of love and to make a human immortal. Immortality is acquired through Salvation, inseparable from repentance, a sacrifice and communion as a reverse side of beauty and joy. An artist brings Gifts of the Holy Spirit to restore the spiritual fullness in human's mind, to print the expression of divine beauty.