

Завадская Елена Анатольевна
кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры речеведения
и теории коммуникации

Минский государственный лингвистический
университет
Минск, Беларусь
eazavadskaya@gmail.com

Ружицкая Валерия Юрьевна
магистр филологических наук
преподаватель кафедры теории
и практики английской речи

Минский государственный лингвистический
университет
Минск, Беларусь
lera.ruzhitskaya@gmail.com

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ТРАНСГУМАНИЗМА, ПРОДВИГАЕМЫЕ ПРОДУКЦИЕЙ КИНОСТУДИИ MARVEL

В статье рассматриваются коммуникативные стратегии, используемые для продвижения идей трансгуманизма посредством кинематографа. Выделяются четыре коммуникативные стратегии: коммуникативная стратегия, облегчающая физические страдания; коммуникативная стратегия, улучшающая физические характеристики; коммуникативная стратегия, продлевающая жизнь; коммуникативная стратегия, создающая нового человека. На примере продукции киностудии Marvel анализируется их воплощение через основных персонажей киновселенной. Описываются результаты анкетирования по восприятию трансгуманистических идей среди белорусской молодежи (2 фокус-группы).

К л ю ч е в ы е с л о в а: коммуникативная стратегия; трансгуманизм; этическая концепция; коммуникативная стратегия, облегчающая физические страдания; коммуникативная стратегия, улучшающая физические характеристики; коммуникативная стратегия, продлевающая жизнь; коммуникативная стратегия, создающая нового человека; фокус-группа.

На сегодняшний день в лингвистике существует большое количество определений коммуникативной стратегии, которые можно разделить на группы в соответствии с когнитивным, прагматическим, психологическим подходами. Однако наиболее целесообразным представляется рассматривать данное явление как сложный лингвистический феномен, возникший в результате взаимодействия вышеперечисленных подходов. Коммуникативная стратегия определяет коммуникативное поведение адресанта и реализуется посредством совокупности речевых ходов (тактик), репрезентируемых комплексом вербальных и невербальных средств [1, с. 201].

В связи с этим в лингвистике наблюдается также столкновение терминов коммуникативная стратегия и речевая стратегия. Часть лингвистов предлагают считать их синонимичными и никаким образом не разграничивать, однако остальные, вслед за Т. А. ван Дейком, полагают, что понятие коммуникативной стратегии является первичным, более общим, так как включает в себя не только вербальные, но и невербальные приемы. Так, исследователь выделяет паралингвистический уровень, куда входят жесты, мимика, кинесика,

любой физический контакт собеседников. В то же время речевая стратегия подразумевает совокупность исключительно словесных приемов и средств, выраженных формально [2].

В целом, коммуникативные стратегии, представляя собой комплекс вербальных и невербальных действий, предназначенных для решения конкретной коммуникативной задачи, реализуются посредством ряда коммуникативных тактик.

Немецкий социолог Н. Луман в своих исследованиях рассматривает коммуникативные стратегии в кино и видеопроизводстве и утверждает, что в современном обществе в сфере кинематографа происходит создание реальности, которая дублирует подлинную реальность, а также наблюдается тенденция к замещению непосредственного, всегда чреватого неизвестностью опыта восприятия «медийными» формами выстраивания или достраивания картины мира [3].

Настоящее исследование описывает коммуникативные стратегии трансгуманизма на примере продукции киностудии Marvel.

Следует понимать, что понятие трансгуманизма изменяется с развитием науки и техники, уточняется исследователями в различных областях человеческих знаний.

Исходя из этого, мы определяем *трансгуманизм* как устремленную в будущее этическую концепцию, декларирующую перспективу и необходимость продолжения эволюции человека, направленную на преодоление естественных телесных ограничений человеческого вида и управляемую самим человеком с помощью внедрения результатов научно-технологической области знаний, а также связанное с этой концепцией интеллектуальное общественное движение.

В процессе изучения концепции трансгуманизма следует иметь в виду, что практическая репрезентация ее идей все еще не находит отражение в реальности в полном объеме, а лишь описывается в идеях и утверждениях ученых о будущем человечества в различных сферах жизни, базируясь на уже имеющихся открытиях и достижениях в научно-технической сфере.

На современном этапе можно выделить 4 коммуникативные стратегии, репрезентирующие трансгуманистические идеи:

1. Коммуникативная стратегия трансгуманизма, облегчающая физические страдания. Она заключается в реализации главной цели трансгуманизма на современном этапе, а именно уменьшение боли, с помощью медицинских препаратов, предназначенных для подавления и устранения физической и эмоциональной боли, а также тревоги и страха.

2. Коммуникативная стратегия трансгуманизма, улучшающая физические характеристики. Ее суть состоит в установлении имплантов, экзоскелетов и бионических протезов по медицинским показаниям и/или по собственному желанию.

3. Коммуникативная стратегия трансгуманизма, продлевающая жизнь, реализуется в идеях биохакинга, оцифровки воспоминаний и создании цифровой копии человека, развитии крионики.

4. Коммуникативная стратегия трансгуманизма, создающая нового человека, заключается в переходе из человека в постчеловека на различных социальных уровнях.

Продвижение данных коммуникативных стратегий трансгуманизма представлено в основном продукте киностудии Marvel как одном из способов распространения трансгуманистических идей на современном этапе. Подобный способ предоставляет возможность формирования эстетического компонента концепции трансгуманизма у большого количества людей, что, в свою очередь увеличивает количество последователей данной концепции.

Киностудия Marvel представляет собой американскую кино- и телекомпанию, которая является частью The Walt Disney Company. Основным продуктом киностудии является производство фильмов кинематографической вселенной Marvel, основанных на персонажах, которые появляются в публикациях комиксов Marvel [4].

Под фильмами киновселенной Marvel следует понимать серию фильмов о супергероях, прототипы которых появляются в комиксах Marvel. Согласно замыслу данной вселенной, все персонажи и события фильмов самостоятельны, при этом связаны между собой, так как находятся в одной реальности, являющейся отражением существующей реальности. Производство фильмов началось в 2007 года. С момента своего создания киностудия выпустила 28 фильмов, при этом она находится в состоянии производства новых фильмов. Следует отметить, что данная кинематографическая вселенная является самой кассовой за все время существования кинематографа, собрав в мировом прокате более 26 млрд долларов [5].

Большая часть персонажей киновселенной Marvel была придумана с 1960 по 2000 г. в период популярности научно-фантастического жанра в литературе и кинематографе, вызванного развитием научно-технического прогресса, его становлением и совершенствованием, а также проникновением идей трансгуманизма в сознание общества.

Киностудия Marvel чутко реагирует на происходящие изменения в обществе, что находит отражение в героизации персонажей женского пола (влияние феминистического движения) и представителей угнетенных меньшинств, в качестве компенсации за то, что такие люди не являются включенными в существующее общество. Таким образом, продукция Marvel транслирует основную идею трансгуманизма о принятии людей и постлюдей, чье физиологическое или ментальное состояние является отличным от нормы, принятой в обществе, как равных в правах и возможностях функционирования в обществе.

Все фильмы отражают действия альтернативной реальности на прототипе существующей, отсылая к адаптивным действиям, которые имели место в реальном мире. Главное отличие от существующей реальности заключается в степени развития технологий и их представления. Таким образом, зрителю предлагают взглянуть на общество при следующем уровне развития технологий, который будет представлен в ближайшем будущем, на то, какие проблемы будут волновать социум и на их пути решения. Структурно киновселенная разделена на фазы, в которых персонажи представлены по мере развития сюжета.

Для реализации коммуникативных стратегий, направленных на основные трансгуманистические идеи, создаются и используются различные персонажи.

Так, например, *коммуникативная стратегия трансгуманизма, создающая нового человека* представлена всеми персонажами, обладающими сверхспособностями в силу разных обстоятельств. К ним относятся Железный Человек, Человек Паук, Капитан Америка, Черная Вдова, Халк, Ванда Максимофф, Доктор Стрендж и др.

На примере персонажа Человека Паука (Питера Паркера), который будучи подростком подвергся укусу радиоактивного паука, вследствие чего приобрел суперспособности передвижения по стенам и прыгучести, можно проследить развитие персонажа из одинокого подростка во взрослого парня, который включен в общество: поступление в университет, формирование романтических и дружеских отношений, реализация мечты и профессиональная деятельность. Постоянное изучение и улучшение суперспособностей, а также взаимодействие с другими супергероями позволяет персонажу раскрываться с разных сторон, показывая разные аспекты личной жизни, которые влияют на формирование конгруэнтного имиджа персонажа.

Данный персонаж смог выжить и жить, принять себя как новую личность, а также совершить переход из состояния «человек» в состояние «постчеловек» без возможности вернуться обратно. При этом он является практическим отражением идеи трансгуманизма о принятии людей, отличных от нормы, устоявшейся в обществе.

Также *коммуникативная стратегия создания нового человека* продвигает создание киборга, т.е. человека неестественного происхождения в виде персонажа Вижн. Данный персонаж является синтетическим существом, который состоит из вибрианума, представлен в виде человека мужского пола, при этом его ментальная часть создана на основе разработки искусственного интеллекта Железным Человеком и Халком и активирована богом молний Тором.

Коммуникативная стратегия трансгуманизма, облегчающая физические страдания, заключается в персонаже Железного Человека. Персонаж реали-

зует данную стратегию в определенный период согласно развитию сюжета. Он смог выжить и жить с прототипом атомного реактора в груди, что послужило причиной создания модифицированного экзоскелета. Благодаря доступу к технологиям, Тони Старк (Железный Человек) смог усовершенствовать реактор для электромагнита в груди, чтобы использовать его в качестве источника питания для своего вооруженного костюма, то есть костюма-брони.

Следует отметить, что данная коммуникативная стратегия не реализуется в киновселенной большим количеством персонажей, так как качество жизни и уровень используемых технологий подразумевает отсутствие проблемы физических страданий в этой реальности, что представляет практическую реализацию концепции трансгуманизма.

К персонажам, реализующим *коммуникативную стратегию, улучшающую физические характеристики*, относятся все персонажи, использующие достижения научно-технического прогресса в своей деятельности, например Железный Человек, Человек Паук, Воитель, Сокол, Человек-Муравей и др.

Человек-муравей для осуществления своей деятельности использует костюм, который позволяет ему уменьшаться в размерах, а также усиливает его физические способности.

Сокол является ветераном военно-воздушных сил США, который летает с помощью реактивного ранца с сочлененными крыльями.

Воитель является генералом в Корпусе морской пехоты США. Он использует для осуществления своей деятельности костюм-броню, который является модифицированным экзоскелетом и обеспечивает суперсилу, физическую защиту, возможность летать, поднимать грузы до 90 тонн. В костюм также входит вооружение, питаемое реактором, способным излучать различные виды световой энергии, а шлем костюма служит устройством связи, оборудованием для сканирования и записывающим устройством, а также оснащен искусственным интеллектом, созданным Железным Человеком.

Коммуникативная стратегия, продлевающая жизнь, является самой разнообразно представленной в киновселенной Marvel. Она реализуется через пропаганду различных форм биохакинга:

1. Результат эксперимента с препаратами представлен персонажем Капитана Америки.

Капитан Америка – целенаправленно созданный патриотический персонаж, суперсолдат времен Второй мировой войны. Он не обладал никакими выдающимися талантами, был рядовым солдатом, который участвовал в эксперименте. В результате успешного испытания сыворотки суперсолдата герой приобрел суперсилу, выносливость и атлетизм, благодаря которым героически сражался с нацистами. Данный персонаж до сих пор считается самым сильным среди людей, сражающемся с богами, инопланетными существа-

ми и андроидами. Персонаж Капитана Америки олицетворяет патриотизм и верность, так как всегда носит форму, следует приказам и обладает моралью в сравнении с другими персонажами.

2. Результат физических тренировок представлен персонажем Черной Вдовы.

Черная Вдова – шпионка русского происхождения, которая получила свои способности в результате засекреченного военного эксперимента. С детства воспитывалась в секретной академии КГБ, которая включала в себя балетную школу под прикрытием. Подверглась стерилизации и обучению, вследствие чего стала первоклассной убийцей. Обладает усиленной иммунной системой, совершенной физической подготовкой, интеллектом, боевыми навыками и замедленным старением.

3. Результат генетических мутаций представлен персонажами Халка и Человека Паука.

Халк – персонаж обладает невероятной силой, которая увеличивается за счет чувства гнева. Ученый Брюс Беннер (Халк в состоянии покоя) – специалист в области биологии, химии, инженерии, ядерной физики, проводя эксперимент с гамма-излучениями, получил массивную дозу радиации. В результате эксперимент был признан неудачным, а Брюс Беннер при пульсе в 200 ударов в секунду или в экстренных ситуациях превращается в большое мускулистое существо с зеленой кожей. В таком состоянии обладает сверхчеловеческой силой и живучестью. Со временем Брюс Беннер научился контролировать приступы гнева и агрессии для трансформации в Халка, используя их при необходимости. Будучи в спокойном состоянии использует свои интеллектуальные способности для блага общества, развивая генную инженерию.

4. Результат медитаций и духовных практик представлены персонажами Доктора Стренджа и Ванды Максимофф.

Доктор Стрендж – в прошлом блестящий хирург, который в результате автокатастрофы не смог продолжать свою деятельность. В поисках исцеления начал изучать различные магические и боевые практики. Открыл для себя магию и стал Мастером магических искусств, использует свои суперспособности для защиты человечества. Данный персонаж был разработан с целью раскрытия темы магии и введения новых магических персонажей.

Ванда Максимофф – персонаж представлен женщиной, обладающей телекинезом и манипулированием энергией, участвует в преступных экспериментах, благодаря которым усиливает свои магические суперспособности.

Следует отметить, что данная стратегия может быть реализована с помощью персонажей божественного происхождения, олицетворяющих людей. Например, Тор – персонаж, который является богом грома, основан на скандинавской мифологии.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что киновселенная Marvel обращает особое внимание на продвижение трансгуманистических идей посредством коммуникативной стратегий, продлевающей жизнь.

Также следует отметить, что персонажи могут реализовывать несколько коммуникативных стратегий в разные периоды их появления во вселенной, тем самым доказывая, что интерференция технологической, медицинской, интеллектуальной и социальной сфер происходит не только в реальной жизни, но и в персонажах вселенной Marvel.

Чтобы узнать мнение белорусов о персонажах киновселенной Marvel, отражающих и продвигающих идеи трансгуманизма, были разработаны 2 анкеты – «Популярность персонажей киновселенной Marvel» и «Элементы трансгуманизма, используемые в настоящее время».

В анкетировании приняли участие 70 человек, которые были разделены на 2 фокус-группы. К первой группе относятся представители белорусской молодежи в возрасте 18–20 лет, получающие высшее образование, ко второй – в возрасте 22–25, получившие высшее образование.

Результаты анкетирования 1-й фокус-группы позволили сделать следующие выводы.

По анкете «Популярность персонажей киновселенной Marvel»:

1. Респонденты предпочитают персонажей второй и третьей фаз фильмов киновселенной Marvel, которые представляют людей и андроидов, обладающих магическими способностями, при этом данные представители включены в гражданское общество.

2. Молодое поколение не приемлет кровожадность, не готово к встрече с инопланетными существами, отвергает грубую нативную рекламу. Также отметим, что незначительная часть (11 %) молодежи положительно принимает все трансгуманистические разработки киновселенной Marvel.

3. Респонденты данной фокус-группы не приемлют чрезмерную веру в собственную правоту, контроль над другим человеком, не обладающим сверхспособностями, безответственное их применение. Также незначительное количество респондентов (13 %) не испытывают никаких опасений, связанных с распространением идей трансгуманизма.

4. Наиболее важным для респондентов является наличие суперспособностей, которые позволяют почувствовать себя сказочным героем (суперсилы, перемещение в пространстве, магия).

По анкете «Элементы трансгуманизма, используемые в настоящее время» можно заключить следующее:

1. К традиционным способам улучшения человеческого организма (деятельность протезистов, ортопедов, глазопротезистов и др.) по медицинским показаниям респонденты в возрасте 18–25 лет относятся положительно.

2. Респонденты положительно относятся к улучшению человеческого тела без медицинских показаний. Можно предположить, что такой результат связан с результатом вмешательств, транслируемых в СМИ (феномен удачности результата вмешательства).

3. Мнения респондентов в вопросе изменения биологического пола несовершеннолетними разделились: отрицательно данный феномен воспринимают 52,6 %; 15,8 % не имеют на этот счет сформированного мнения, а 31,6 % относятся к такой идее нейтрально (возможно, самоутверждаясь или находясь под влиянием глобальной толерантности).

Результаты анкетирования 2-й фокус-группы позволяют сделать следующие выводы.

По анкете «Популярность персонажей киновселенной Marvel»:

1. Респонденты отдают предпочтение персонажам, которые олицетворяют и являются людьми, обладающими выдающимися интеллектуальными способностями, физической подготовкой и обладающие денежными средствами, отражают идею трансгуманизма о возможности внедрения результатов научно-технической области знания в связи с жизненной необходимостью, а также принятие этих людей в общество на равных.

2. Люди постарше считают, что владение суперспособностями в первую очередь полезно лично обладателю: самозащита, познание себя и, на последнем месте, самопожертвование (смерть на пользу человечеству) и защита более слабых (мужество и решительность). Также необходимо отметить, что определенное количество респондентов (6 %) считают, что жизнь ценна, потому что конечна, а также не поддерживают идею контроля над сознанием других людей.

3. Наиболее важным для респондентов является возможность обладать сверхинтеллектом и суперспособностями для реализации своих целей, а потом использовать их для решения насущных проблем человечества.

По анкете «Элементы трансгуманизма, используемые в настоящее время»:

1. К традиционным способам улучшения человеческого организма (деятельность протезистов, ортопедов, глазопротезистов и др.) по медицинским показаниям респонденты относятся положительно, как и респонденты первой фокус-группы.

2. Мнения респондентов по улучшению человеческого тела без медицинских показаний разделились: отрицательно (37 %) и нейтрально (63 %). Можно предположить, что данные показатели связаны скорее с результатами вмешательств, транслируемых в СМИ (феномен неудачности результата вмешательства).

3. Вопрос об изменении биологического пола несовершеннолетними подтверждает зрелость белорусской молодежи: респонденты, осознавая последствия такого вмешательства, воспринимают его негативно (100 %).

Таким образом, можно заключить, что коммуникативные стратегии трансгуманизма продвигаются кинематографом достаточно успешно. Популярность и привлекательность продукции киностудии Marvel облегчает принятие идей трансгуманизма для каждого последующего поколения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гавра, Д. П.* Основы теории коммуникации: стандарт третьего поколения : учеб. пособие / Д. П. Гавра. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с.
2. *Дейк, Т. А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация : сб. работ / Т. А. ван Дейк ; сост. В. В. Петрова ; пер. с англ. яз. под ред. В. И. Герасимова ; вступ. ст. Ю. Н. Караулова, В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1989. – 310 с.
3. *Луман, Н.* Реальность масс-медиа / Н. Луман ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.
4. Movies MCU [Electronic resource] : Marvel, movies. – Mode of access: <https://www.marvel.com/movies>. – Date of access: 25.05.2022.
5. Unkind unwind [Electronic resource] / The Economist. – Mode of access: <https://www.economist.com/briefing/2011/03/17/unkind-unwind>. – Date of access: 10.04.2022.

Поступила в редакцию 03.10.2022