

УДК 791.4

DOI: 10.28995/2073-6401-2024-4-171-180

Творческая интеллигенция  
как актуализатор общественного договора:  
опыт кинематографа

Демьян А. Цапко

*Российский государственный гуманитарный университет,  
Москва, Россия, demzaza76@gmail.com*

*Аннотация.* Статья направлена на исследование взаимодействия музыки и кинематографа как механизма актуализации общественного договора в современном обществе. Анализируются двусторонние отношения между обществом и киноискусством, рассматривается, как музыка усиливает социально-политическое сообщение фильмов и как кино влияет на формирование общественного сознания. Внимание уделяется также сотрудничеству композитора и режиссера, которое в значительной мере определяет то, как аудиовизуальные продукты могут отражать и формировать актуальные запросы общества.

*Ключевые слова:* общественный договор, киноискусство, музыкальное сопровождение, социальная коммуникация, творческая интеллигенция

*Для цитирования:* Цапко Д.А. Творческая интеллигенция как актуализатор общественного договора: опыт кинематографа // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2024. № 4. С. 171–180. DOI: 10.28995/2073-6401-2024-4-171-180

Creative intelligentsia  
as an actualizer of the social contract.  
The experience of cinematography

Demian A. Tsapko

*Russian State University for the Humanities  
Moscow, Russia, demzaza76@gmail.com*

*Abstract.* The article is aimed at studying the interaction of music and cinema as a mechanism for actualizing the social contract in modern society. The article analyzes the bilateral relations between society and cinematography, considering how music enhances the socio-political message of films and, in

---

© Цапко Д.А., 2024

turn, how cinema affects the formation of public consciousness. Attention will also be paid to the collaboration between the composer and the director, which largely determines how audiovisual products can reflect and shape the current needs of society.

*Keywords:* social contract, cinematography, musical accompaniment, social communication, creative intelligentsia

*For citation:* Tsapko, D.A. (2024), "Creative intelligentsia as an actualizer of the social contract. The experience of cinematography", *RSUH/RGGU Bulletin. "Philosophy. Sociology. Art Studies" Series*, no. 4, pp. 171–180, DOI: 10.28995/2073-6401-2024-4-171-180

## *Введение*

В последние десятилетия мы стали свидетелями стремительных изменений в обществе, вызванных глобализацией, информатизацией и трансформацией социальных структур. Эти процессы обострили необходимость пересмотра традиционных представлений о сути общественного договора, который служит основой взаимодействия между обществом и властью<sup>1</sup>. В ответ на эти вызовы творческая интеллигенция, состоящая из литераторов, музыкантов и кинематографистов, которая во все времена оставалась для власти не только группой, способной создавать объекты культурного воздействия, но и важнейшим субъектом общественного договора между населением и властью, становится актуализатором культурных изменений, способным не только интерпретировать, но и актуализировать этот важный социальный феномен [Тощенко 2023, с. 121].

Современное информационное общество немислимо без аудиовизуальных продуктов. Видеосюжеты, клипы, сериалы и фильмы наполняют не только кинотеатры и телеканалы, но и интернет-ресурсы, общественные заведения и даже улицы. Их создатели несомненно влияют на смысловое и эмоциональное содержание информационного поля, в котором находится огромное количество предельно разных людей [Маклюэн 2007, с. 183]. Синтетическая природа аудиовизуального контента делает кинематограф, как протосреду для соответствующих информационных продуктов, эффективным средством массовой коммуникации. Он неразрывно связан с музыкой как с универсальным инструментом, органично

---

<sup>1</sup> *Руссо Ж.-Ж.* Об общественном договоре или принципы политического права. М.: Юрайт, 2023. 146 с.

продвигающим определенные идеи, нормы и ценности, зачастую в неявной форме. Создавая определенные образы и влияя на эмоции зрителя, музыка в кино становится невидимым агентом влияния на общественное мнение. Даже в первые годы своего существования в эпоху Великого немого кино кинематографисты учитывали музыкальное сопровождение своих картин, осуществляемое таперами. Создатели первых кинофильмов понимали важность физиологического воздействия музыки на эмоциональную сферу человека и, как следствие, ее влияние на восприятие изображения и его дальнейшую интерпретацию [Лисса 1970, с. 48].

Посредством кинематографа в XX в. успешно продвигались идеи революций, закреплялись общественно-одобряемые поведенческие паттерны, производились мобилизационные мероприятия.

Наиболее действенным инструментом продвижения и закрепления идей, в том числе политических, многие исследователи считают песню, используемую в кино. При этом не особенно важно, специально написана песня для картины или уже давно существует. Сам формат небольшого музыкального произведения с зарифмованным текстом является удобной упаковкой для популяризации образов, идеологических конструктов и даже стиля жизни. Если песня в кинофильме не просто звучит за кадром, а исполняется конкретным персонажем, она добывает его персонифицированную историю и становится атрибутом этого героя, через который легко транслировать любые, задуманные автором установки, минуя критические фильтры сознания зрителя.

Рассуждая о роли музыки в создании особого кинотекста, нельзя обойти тему совместного творчества композитора и режиссера [Шостакович 1954, с. 89]. Несомненно, полноправное соавторство свойственно далеко не всем кинопроизводителям. Лишь целенаправленное создание особой реальности, заставляющей зрителя погружаться в атмосферу воображаемых событий, заставляет кинорежиссера действовать в соавторстве с композитором.

Музыка может служить средством для усиления социально-политического сообщения фильма, отражая вполне конкретные запросы на актуализацию общественного договора. Особенно ярко это проявляется во времена особых требований к гражданам, когда государство ожидает особой жертвенности. Так, в фильмах о войне музыкальное сопровождение часто используется для подчеркивания героизма, трагедии или братства.

Соавторство в кинематографе может принимать различные формы. В некоторых случаях режиссер может дать композитору полную свободу действий, в то время как в других ситуациях режиссер просит реализовать свое видение звукового оформления.

В любом случае эффективное соавторство требует открытого общения и взаимопонимания между композитором и режиссером.

Говоря об отечественных авторах, необходимо сказать о 1930-х гг., ведь в те годы кинематограф обогатился благодаря таланту выдающихся советских симфонистов, среди которых были Дмитрий Шостакович, Сергей Прокофьев, Юрий Шапорин и другие. Особенно плодотворным было сотрудничество Сергея Прокофьева с режиссером Сергеем Эйзенштейном, вместе они исследовали звуковое и визуальное взаимодействие в кино [Эйзенштейн 1964, с. 315]. Музыка Прокофьева для фильмов Эйзенштейна, таких как «Александр Невский» и «Иван Грозный», выделяется глубокой выразительностью и точным соответствием музыкальных тем визуальной драматургии, достигая вершины мастерства в знаменитой сцене битвы на льду в «Александре Невском». Но и сам по себе фильм «Александр Невский», вышедший в 1938 г., является одним из самых известных примеров социально-политического искусства в истории кино. Этот фильм стал не только важным этапом на пути художественных воплощений на экране, но и, как принято сегодня считать, мощнейшим инструментом пропаганды, созданным в преддверии Второй мировой войны. В подтверждение слов о пропаганде можно выделить ряд социально-политических аспектов фильма, среди которых – героизация прошлого, в которой исторический персонаж Александр Невский выступает в роли национального героя России, символизирующего единство в борьбе против внешнего врага. В контексте растущей угрозы нацистской Германии фильм использовался для поднятия патриотических настроений в обществе. Еще одним важным социально-политическим аспектом фильма является аллюзия на актуальные события и вызовы: фильм основан на исторических событиях XIII в., но явно отражает события 1930-х гг., делая акцент на необходимости защиты Родины. Также Эйзенштейн использовал инновационные методы монтажа и визуального повествования для усиления идеологического сообщения фильма. Поэтому «Александр Невский» является важным примером того, как кино может быть использовано не только для развлечения, но и как средство социально-политической коммуникации, влияющей на общественное сознание и политические настроения, во время особого запроса государства к своим гражданам.

Классическим творческим союзом в отечественном кинематографе является сотрудничество Андрея Тарковского и Эдуарда Артемьева. Мировоззренческое единство Эдуарда Артемьева с близкими соратниками А. Тарковского, коллегами и соавторами А. Кончаловским и Н. Михалковым, позволило сформировать

устойчивый творческий союз, создающий запоминающиеся, своеобразные нравственные манифесты. Таким специфическим социально-политическим содержанием полны «Иваново детство» и «Зеркало» А. Тарковского, «Свой среди чужих, чужой среди своих» и «Раба любви» Н. Михалкова, «Сибириада» А. Кончаловского и др. Эти произведения во многом стали творческим способом примирения государства и общества, своеобразным транскрибированием общественного договора.

Киномузыка давно завоевала статус одного из наиболее мощных инструментов социальной коммуникации. Однако ее способность не только создавать настроение и вызвать эмоции у зрителя, но и досказывать особым образом то, что в явной форме не произнесено актерами, эффективно используется почти сотню лет, в том числе, для передачи политических установок.

Отражение в киномузыке идей общественного договора направлено на объединение разных слоев общества вокруг общих ценностей. Помимо прочего, используя музыку в кино как инструмент политики и социальной критики, можно достичь значительных изменений в восприятии обществом тех или иных событий. Музыка в кино играет важную роль и в формировании политической культуры. Она способна не только вызвать эмоции и передать определенные идеи, но и объединить людей, побудить их к поддержке политических партий и социальных движений. Осознавая эту силу и влияние музыкальной составляющей кинематографа, создатели всегда использовали ее для продвижения убеждений и ценностей.

Распространение и беспрецедентная доступность киноконтента в современном мире делают изучение коммуникационных возможностей киномузыки как «мягкой силы» влияния на общественное мнение с учетом специфики разных социально-демографических групп принципиально важным.

Рассматривая музыку в кино как инструмент социально-политической коммуникации, неминуемо сталкиваешься с целым комплексом социокультурных феноменов и процессов, свойственных современному информационному обществу [Хабермас 1992, с. 55] и одновременно унаследованных во времена становления технических средств коммуникации и зарождения специфического аудиовизуального продукта, которым является кинематограф.

Среди множества различных средств коммуникации (печать, политическое общение, радио, городская информация, ТВ, интернет-ресурсы) музыка становится сквозным элементом, свойственным сразу нескольким каналам. При этом музыка в кино обладает особыми качествами, которые ярко проявляются в социальном

кодировании на примере песен о Великой Отечественной войне из фильмов, посвященных этой теме.

Примечательно, что данные различных социологических исследовательских организаций, полученные в разные годы, демонстрируют устойчивые музыкальные и кинематографические предпочтения россиян.

Специализированное эмпирическое исследование, проведенное в 2024 г. специалистами социологического факультета РГГУ и Аналитического центра при Правительстве РФ методом полужформализованного опроса населения, было направлено на выявление связи между запомнившимся контентом и социально-политическими установками зрителей<sup>2</sup>. Его вопросы, равно как и их композиция в инструментарии, осознанно строились таким образом, чтобы выявить связь между спонтанным знанием или «вспоминанием» песни из фильма о Великой Отечественной войне и суждениями о роли советского народа в победе над фашизмом, о поколении победителей и ассоциациями, возникающими в отношении Великой Победы. Примечательно, что даже установки общего социально-политического характера на репрезентативной выборке продемонстрировали подобную зависимость [Цапко 2024, с. 121].

Так, вопросы, связанные с представлениями о патриотизме, были четче артикулированы теми, кто на открытый вопрос о том, какие песни о Великой Отечественной войне ему известны, дал содержательный ответ. Речь не шла о предпочтениях в контенте, а всего лишь об осведомленности. Поэтому утверждать, что хорошо политически подкованные и патриотически настроенные люди предпочитают, а потому поют песни о войне, мы можем едва ли. Скорее результаты свидетельствуют о том, что кинопесни осуществляют функцию закрепителей идей, транслируемых фильмами, играют роль индикатора, проявляющего определенные социально-политические установки, и подспудно формируют общую картину мира, включая мировоззренческие структурные пары добра и зла, света и тьмы, правды и лжи...

Очевидность индикативной функции культурных артефактов (книг, фильмов и песен) стала основанием для исследований основных социологических измерителей страны. В 2015 г. фондом «Общественное мнение» (ФОМ) было проведено социологическое исследование, выявлявшее любимые фильмы, книги

---

<sup>2</sup> «Песни из кинофильмов о войне и социально-политические установки россиян». Январь 2024 г. Полуформализованный онлайн-опрос совершеннолетних россиян. Выборка квотная по полу и возрасту объемом 300 чел.

и песни о войне<sup>3</sup>. Помимо предпочтений россиян, изучались и установки, связанные с Днем Победы и Великой Отечественной войной. Книжки о войне к тому времени мало занимали внимание граждан и потому продемонстрировали невысокие проценты. При этом упоминались преимущественно произведения, включенные в школьную программу изучения отечественной литературы. Так, в числе лидеров «А зори здесь тихие» Б. Васильева (4%), «Молодая гвардия» А. Фадеева (3%), «Повесть о настоящем человеке» Б. Полевого (3%), «Судьба человека» М. Шолохова (2%). Остальные книжки были названы 1% россиян и менее. Несомненно, киносмотрение – более распространенная практика и в отношении получения контента о Великой Отечественной войне. Данные, полученные ФОМ десять лет назад, предельно похожи на те, что были нами собраны в этом году. Среди наиболее часто упоминаемых художественных фильмов о войне – «В бой идут одни старики» (20%), «А зори здесь тихие» (17%), «Они сражались за Родину» (9%), «Семнадцать мгновений весны» (6%), «Батальоны просят огня» (5%), «Офицеры» (5%).

Что касается песен, то на открытый вопрос «Когда Вы встречаетесь с родственниками, друзьями и знакомыми, поете ли вы песни о войне? И если да, то какие?» содержательно ответили почти 40%. Для открытого вопроса это весьма существенная активность. Значит, что россияне действительно знают и поют эти песни, помнят их названия и способны быстро их воспроизвести. Военная песня в активе быстрого доступа памяти является существенным элементом повседневности и мировоззрения россиянина. Чаще всего, как и в нашем исследовании, назывались песни «Катюша» (19%), «10-й наш десантный батальон» (17%) и «День Победы» (12%). Остальные песни набрали меньшие проценты, распадаясь на музыку разных предпочтений и сложности для хорового исполнения, однако вместе оформились в представительную библиотеку музыкальной песенной культуры наследников победителей. Большая часть этих песен была написана для фильмов или стала популярной благодаря использованию в кино. Вполне объяснимо, что в этом исследовании для 51% россиян День Победы – народный праздник, а в возрастной группе от 31 года до 45 лет таких ответов более 57%, еще для 6% – это семейный праздник.

Сравнение этого праздника с Днем народного единства весьма показательно. Полное отсутствие культурных и коммуникацион-

---

<sup>3</sup> ФОМ «ТЕЛЕФОМ: историческая память». Апрель 2015 г. Телефонное интервью с совершеннолетними россиянами. Выборка случайная объемом 1000 чел.

ных продуктов, связанных с этим праздником, делают его непонятным, надуманным, принужденным. Нет ни одной песни, книги или фильма, легко вспоминаемых россиянами и закрепленных в общественном сознании. В результате 42% считают праздник незначимым для себя, от 60 до 70% устойчиво считают его дополнительным выходным днем и только.

Данные специалистов Всероссийского центра изучения общественного мнения за 2021–2024 гг. подтверждают значимость социокультурного контента в жизни и социально-политических установках россиян. Продолжая тему восприятия контента о Великой Отечественной войне как опорного примера, рассмотрим данные исследования ВЦИОМ 2021 г. «День Победы: как его отметят в России»<sup>4</sup>. Оказалось, что около 70% россиян считают День Победы главным праздником, а в группе пенсионеров (60 лет и старше) доля таких мнений составила 78%. Примечательно, что, отвечая на вопрос об ассоциациях, возникающих применительно ко Дню Победы, около 40% назвали песни военных лет. Этот процент совпал с долей упоминания вечного огня – главного символа памяти павших в ту войну. Каждый четвертый 9 мая каждого года пересматривает фильмы о войне, среди которых все те же «В бой идут одни старики» (27%), «А зори здесь тихие» (14%), «Офицеры» (14%), «Они сражались за Родину» (12%), «Семнадцать мгновений весны» (9%). И, конечно, готовы спеть военные песни со своими близкими (93%).

К числу самых часто исполняемых россияне отнесли все те же «Катюшу», «День Победы» и песни из кинофильмов о Великой Отечественной войне.

В другом исследовании ВЦИОМ, посвященном памяти о советском прошлом, которое называлось «Советские песни о главном», выяснилось, что у 61% россиян есть любимая песня времен Советского Союза. Тройка лидеров представлена весьма характерно: «Катюша», «Гимн Советского Союза» и «День Победы». При этом любимыми советскими фильмами, помимо комедий Л. Гайдая и Э. Рязанова, стали «В бой идут одни старики» Л. Быкова и «А зори здесь тихие» С. Ростозкого.

Музыка как главный массовый контент, самый понимаемый, самый легко и даже фонововоспринимаемый, устойчиво бьет рекорды потребления. По данным того же ВЦИОМ, сегодня 89% россиян слушает музыку регулярно и каждый второй (51%) слушает

---

<sup>4</sup> ВЦИОМ. «День Победы: как его отметят в России». Май 2021 г. Телефонное интервью с совершеннолетними россиянами. Выборка случайная объемом 1600 чел.

ее каждый день. При этом каждый четвертый слушает рок-музыку, наполненную смыслами, в том числе социально-политического содержания, если не сказать протестного. Еще 19% предпочитают слушать исполнителя, именующегося Shaman, а он устойчиво ассоциируется с патриотической песней и, несомненно, транслирует совершенно конкретные политические установки. Что может быть более эффективной и мягкой социально-политической коммуникацией, чем музыка? Только музыка в кино. Так, киномузыка в общественном сознании является ярким индикатором социально-политической коммуникации, реальным и действенным инструментом, формирующим ценностные установки.

Как бы то ни было, коммуникационные возможности киномузыки, безусловно, велики. В талантливых профессиональных руках они, с одной стороны, отражают конкретные запросы на актуальный общественный договор, а с другой – становятся инструментом популяризации ценностных установок, обеспечивающих его эффективность. Это свойство киномузыки в настоящее время предельно востребовано. Дальнейшее изучение правил ее целевого применения, выявление закономерностей, возникающих в ходе ее использования, становятся важными задачами как политической социологии, так и социологии коммуникаций.

## Литература

- Лисса 1970 – Лисса З. Эстетика киномузыки / Пер. с нем. А.О. Зелениной, Д.Л. Каравкиной. М.: Искусство, 1970. 496 с.
- Маклюэн 2007 – Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Understanding Media: The Extensions of Man. М.: Кучково поле, 2007. 464 с.
- Тощенко 2023 – Тощенко Ж.Т. Общественный договор: эволюция идей // Россия реформирующаяся: Ежегодник. Вып. 21 / Отв. ред. М.К. Горшков. М.: ФНИСЦ РАН, 2023. С. 98–121.
- Хабермас 1992 – Хабермас Ю. Философский спор вокруг идеи демократии (Лекция вторая) // Демократия. Разум. Нравственность. М.: Наука, 1992. С. 31–55.
- Цапко 2024 – Цапко Д.А. Музыка в кино как инструмент формирования духовного мира // Общественный договор: формы участия интеллигенции в его реализации в России. М.: РГГУ, 2024. С. 121–130.
- Шостакович 1954 – Шостакович Д.Д. Еще раз о киномузыке // Искусство кино. 1954. № 1. С. 85–89.
- Эйзенштейн 1964 – Эйзенштейн С.М. Будущее звуковой фильма. Заявка // Эйзенштейн С.М. Избр. произведения: В 6 т. Т. 2. М.: Искусство, 1964. С. 315–316.

## References

---

- Eisenstein, S.M. (1964), “The future of sound films. Claim”, Eisenstein, S.M. *Izbrannyye proizvedeniya: V 6 t.* [Selected works in 6 volumes], vol. 2, Iskusstvo, Moscow, Russia, pp. 315–316
- Habermas, J. (1992) “The philosophical dispute around the idea of democracy (Lecture two)”, Habermas, J. *Demokratiya. Razum. Nравstvennost'* [Democracy. The mind. Morality], Nauka, Moscow, Russia, pp. 31–55.
- Lissa, Z. (1970), *Estetika kinomuzyki* [Aesthetics of film music], Zelenina, A.O. and Karavkina, D.L. (transl.), Iskusstvo, Moscow, Russia.
- McLuhan, M. (2007), *Ponimanie media: vneshnie rasshireniia cheloveka* [Understanding media. The Externitions of Man], Kuchkovo pole, Moscow, Russia.
- Shostakovich, D.D. (1954), “Once again about film music”, *Iskusstvo kino*, no. 1, pp. 85–89.
- Toshchenko, Zh.T. (2023), “The social contract: the evolution of ideas”, Gorshkov, M.K. (ed.), *Rossiya reformiruyushchayasya: Ezhegodnik. Vyp. 21* [Reforming Russia. Yearbook, iss. 21], FNISTS RAN, pp. 98–121.
- Tsapko, D.A. (2024), “Music in cinema as a tool for the formation of the spiritual world”, *Obshchestvennyi dogovor: formy uchastiya intelligentsii v ego realizatsii v Rossii* [Social contract. Forms of participation of the intelligentsia in its implementation in Russia], RGGU, Moscow, Russia, pp. 121–130.

### *Информация об авторе*

*Демьян А. Цапко*, аспирант, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; demzaza76@gmail.com

### *Information about the author*

*Demian A. Tsapko*, postgraduate student, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125047; demzaza76@gmail.com