

## Как рекламные кампании повлияли на эстетизацию курения в кинематографе

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

*Домнина Дарья Александровна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

*E-mail: dasha\_dom2002@list.ru*

Ни для кого не секрет, что курение - одна из глобальнейших проблем человечества, которая затрагивает все население, даже ту его часть, которая не имеет вредной привычки. И как бы ни старалась пропаганда, направленная на борьбу с табаком, лекции, просвещающие о вреде курения, страшные изображения на упаковках, проблема остается неискорененной. По статистике самый опасный возраст для появления зависимости - это молодость от 14 до 25 лет. При том, что население широко информировано об ущербе от данной привычки, ничего не останавливает молодых людей выкурить первую, а затем вторую и так по накатанной сигарету. Чем же обусловлена такая непреодолимая тяга к данному продукту? Помимо его специфических свойств, вызывающих привыкание, можно также выделить массовость явления, что влечет за собой конформизм в поведении и, более того, укоренившийся романтизированный образ курения, который развился основательно в сегменте культуры. И в большей степени мы говорим, конечно же, о кинематографе. Именно в этой области рекламщики смогли запустить славные кампании, которые вероятно повысили спрос на табачные изделия и закрепили их привлекательность. Каким же образом удалось воздействовать на аудиторию, чтобы иметь такой, по правде сказать, ошеломительный успех?

Думаю, надо начать с того, что в последнее время кинематограф стал одним из наиболее востребованных средств коммуникации и помимо своих основных функций (таких как рекреационная, информационная и т.п.) он также влияет на формирование представлений о мире, косвенным образом закладывает определенные идеи в массовое сознание. Обусловлено это, по мнению немецкого теоретика З. Кракауэра, тем, что кино обладает следующими свойствами: способностью завлекать зрителей в мир фильма и заставлять их переживать судьбу героев, как свою собственную, а также тесная связь отражаемого с реальностью. В данном случае можно говорить о взаимовлиянии кинематографа и общественного развития: культурный код задает ценностные ориентации фильма, а общество проникается ими, знакомясь с кинокартиной. Сходным образом работает дискурсионная модель телевидения Фиске, объясняя процессы совместного конструирования смыслов аудитории и телевизора. Учитывая, что кинематограф в нынешнее время приобретает широкие масштабы, понятно, что влияние отражаемых ценностей очень велико.

И, конечно же, фильмы стали отличным способом продвижения того или иного товара, за что крепко ухватились рекламщики сигарет. Сигарета неизменно присутствовала на экране, начиная с «Выход рабочих с фабрики «Люмьер»» и заканчивая сегодняшним днем. На тот момент курение уже было широко распространено, что было вызвано а) изначальной мифологией табака (привезенный из индейский племен, он воспринимался то как панацея, то как связь с духами, то как привилегия богатых), б) введением в оборот Bonsack machine, который позволял производить сигареты более массово, в) стрессовой обстановкой к. XIX-XX вв. и г) рекламными стратегиями отдельных производителей. Одним из самых ярких примеров, пожалуй, является создание целого кинообраза - ковбоя

Malboro, это самая яркая и глобальная, можно сказать, реклама, которая точно останется в истории.

Со стремлением распространить сигареты на множество слоев населения рекламщики меняют лозунги, специально подстраивая их под ту категорию, которую стремятся завлечь. Исходя из этого формируется несколько образов курящих - каждый со своим посылом. В наиболее общем виде можно представить три типа - это брутальный образ мужчины-героя, это интеллектуальная деятельность сыщика и просто раздумья, и это символ свободы у обаятельной и независимой женщины. В первом основной message ясен - связать курение с проявлением маскулинности, храбрости и героизмом. Например, герои Х. Богарта в фильмах «Касабланка» и «Мальтийский сокол», которые задавали тон остальным брутальным персонажам, персонажи Брюса Уиллеса в «Крепком орешке», Клинта Иствуда в «Долларовой трилогии», Аль Пачино в «Лицо со шрамом» и многие другие. Естественно, когда в кадре невероятно мощный и сильный герой укладывает одной левой кучу своих врагов и затем эпично затягивается сигаретой, это эффективно воздействует на зрителя, закрепляя в его подсознании ассоциативную цепочку: курить - быть крутым, брутальным и популярным. То же самое происходило с женскими персонажами на экранах, только здесь сигареты уже не столь однозначны: они совмещают оппозиционные понятия женского характера, такие как гордость, хладнокровность и независимость вместе с игривостью, кокетством. Дым сигареты неизменно придавал женскому образу таинственности, желая, а излюбленное обращение за спичками наталкивало на мысль о выстраивании коммуникации с противоположным полом. Здесь ключевыми фигурами стали М. Дитрих (почти все фильмы), О. Хепберн («Завтрак у Тиффани»), Ш. Стоун («Основной инстинкт») и др. Еще одна из наиболее употребляемых ассоциаций с курением - это форма размышления, процесс глубокой задумчивости. Это относится и как к сыщикам по типу Расти Коула из «Настоящего детектива», так и к людям, склонным к рефлексии, как персонаж Т. Шелби в «Острых козырьках». В авторском кино сигареты играли более индивидуализированные роли, становясь то одним, то другим символом, что тоже придавало статусности, философичности процессу курения.

В заключение хотелось бы отметить, что процесс закрепления образа курения - ярчайший пример того, как кинематограф формирует общественное сознание и утверждает в нем определенные ассоциации, побуждения. Это сказывается как на стиле жизни, интересе к продукту, так и на культурных установках, которые плотно входят в наше социокультурное пространство.

### Источники и литература

- 1) Ермолаева, Гарипо «Круглый стол: курение в кино»// «25 кадр», 22.08.2010 : <http://25-k.com/page-id-873.html>
- 2) Иваницкая А. «От трубки до системы нагревания табака: как человечество употребляло никотин»: <https://theoryandpractice.ru/posts/19349-ot-trubki-do-sistemy-na-grevaniya-tabaka-kak-chelovechestvo-upotrebyalo-nikotin> (дата обращения: 21.02.2022)
- 3) Кракауэр З. «Природа фильма. Реабилитация физической реальности»/ пер Д.Ф.Соколовой: <https://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/speckurs/kraukauer> (дата обращения: 22.02.2022)
- 4) Смолев Д. «Сигарета и курильщики на экране»: <https://cigars-shops.ru/blog-o-sigarah/mify-i-legendy-o-sigarah-i-tabake/> (дата обращения: 21.02.2022)
- 5) РИА Новости: «Ученые привели статистику по употреблению табака в мире за 30 лет»: <https://ria.ru/20210528/kurenie-1734488265.html> (дата обращения: 21.02.2022)

- 6) Сурча «Когда курение среди женщин стало популярным и модным?» 31.10.2017: <http://fishki.net/2418341-kogda-kurenje-sredi-zhenwin-stalo-populjarnym-i-modnym.html> (дата обращения: 21.02.2022)
- 7) <https://cigars-shops.ru/blog-o-sigarah/mify-i-legendy-o-sigarah-i-tabake/> // Cigars shop, 23.12.2021 (дата обращения: 22.02.2022)