

Артем Каренович Кавалерян,
Милена Александровна Березина
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, ОП «Медиакоммуникации»,
бакалавры, 2 курс

Медиа-идолы в современной поп-культуре на примере восхождения рок-н-ролла

Аннотация. В работе анализируется роль медиа-идола в современной поп-культуре; рассматривается само понятие медиа-идола, а также связанные с ним явления звездности и популярности. Медиа-идол как активно используемый средствами массовой информации образ становится объектом активной мифологизации – основными источниками для этого служат стереотипы и псевдособытия, которые составляют имидж и атрибуты знаменитости. Не каждая личность обладает потенциалом стать звездой и/или медиа-идолом, существуют определенные условия формирования звездного ореола вокруг человека; на примере самых ярких представителей мира рок-музыки (LedZeppelin, theBeatles, theRollingStones) показывается, как нарратив, сюжет, публичность, любовь фанатов и близость к зрителям становятся основой для появления медиа-идола и его тиражирования. Формирование медиа-идола оказывает значимое влияние на культуру, оно способно поглотить любое явление: даже контркультура в итоге становится предвестником того, что станет популярным в будущем. Кроме того, в статье рассматриваются функции медиа-идола в социально-политическом пространстве, и показано развитие феномена в контексте истории становления рок-музыки в XX веке. Также анализируются особенности влияния медиа-идолов на массовую аудиторию.

Ключевые слова: медиа-идол, знаменитость, популярность, масс-медиа, медиа-образ, образ в поп-культуре, рок-н-ролл.

Название на англ.

Имена

Вуз

Annotation. The paper analyzes the role of the media idol in modern pop culture; also the concepts of media idol, as well as related phenomena of celebrity and popularity are being explored. Media idol, actively used by the mass media as kind of image, becomes the object of active mythologization – the main sources for this are stereotypes and pseudo-events, which make up the image and attributes of a celebrity. Not every person has the potential to become a star and /or media idol; there are certain conditions for the formation of a star halo around a person. On the example of the most outstanding representatives of the world of rock music ((Led Zeppelin, theBeatles, theRollingStones) it is shown how the narrative, the plot,

publicity, the fans' love and closeness to the audience become the basis for the appearance of the media idol and its replication. The formation of a media idol has a significant impact on culture, it is able to absorb any phenomenon: even the counterculture eventually becomes a harbinger of what will become popular in the future. In addition, the article examines the functions of the media idol in the socio-political space and shows the development of the phenomenon in the context of the history of the formation of rock music in the twentieth century. Features of its influence on a mass audience are also explored.

Key words: media idol, celebrity, popularity, mass media, media image, image in pop culture, rock and roll.

Введение. Один из актуальных трендов в массовой культуре сегодня – это создание масштабных и влиятельных медиа-образов, которые становятся объектами активного подражания и поклонения. Зачастую ими являются звезды кинематографа, музыки и других сфер шоу-бизнеса. Медиа-образы знаменитостей восполняют определенную нишу в сознании общества: они становятся носителями и воплощениями некоторых идеалов или идей, и таким образом само их существование приобретает символическую значимость. Эти влиятельные образы, эксплуатируемые масс-медиа, можно описать более точным термином – медиа-идол. Идол – это объект слепого поклонения, носитель идей, субъективно воспринимаемых как абсолютных и неизменных, который при этом имеет вполне конкретную материальную форму. Следовательно, медиа-идол можно рассматривать как репрезентацию этой формы (образа некой личности или группы людей, имеющего ценностную значимость) в средствах массовой информации.

Сложно однозначно оценить значимость медиа-идолов в поп-культуре и их воздействие на общество, но именно это стало целью написания статьи. Также в данном исследовании были поставлены следующие задачи:

- охарактеризовать медиа-идол как явление современной массовой культуры;
- оценить роль медиа-идола в социокультурном пространстве и выявить функции, которые он выполняет;
- на примере представителей рок-н-ролла показать, как эксплуатируется медиа-идол в масс-медиа и какое влияние оказывает на массовую аудиторию.

Основная часть

Медиа-идол – это социально значимый образ, с самого начала созданный или просто тиражируемый средствами массовой информации. Он должен вызывать эмоциональную реакцию – согласно теориям Габлера, высказанным в книге *LifetheMovie* и статье *Toward a New Definition of Celebrity*, эмоциональная отдача является необходимым условием формирования звездности. Использование слова «идол» в понятии является знаковым: оно подразумевает

то, что перед объектом преклоняются, ему подражают. По этому стандарту под понятие «медиа-идола» подходят такие культовые герои как группа *LedZeppelin*, одна из первых групп, игравших хард-рок и породившая множество клонов и подражателей, начиная от трибьют-бэндов вплоть до музыкантов из *KingdomCome*, которые почти тридцать лет спустя после распада *LedZeppelin* использовали гитарные риффы группы для создания собственных песен и чей певец стилистически копировал тональность Роберта Планта.

Идол не только повсюду – на экранах телевизоров и на страницах журналов – но вокруг него создается и некоторая мифология. К примеру, после смерти Элвиса Пресли сложилась одна из самых популярных конспирологических теорий о том, что исполнитель на самом деле жив. У каждого медиа-идола своя легенда, основанная на связанных с объектом стереотипах. Стереотипы и устоявшиеся представления о каком-либо человеке или предмете являются основой каждого образа. В книге Уолтера Липпмана «Общественное мнение» этот вопрос освещен так: «Стереотипы нагружены предпочтением, наполнены привязанностью или неприятием, привязаны к страхам, вожделению, сильным желаниям, гордости, надежде. Обо всём, что вовлекает стереотип, судится в соответствующем духе».

Иной важной составляющей и частью мифологии являются псевдособытия, которые должны быть интригующими и соблазнительными. Псевдособытия и стереотипы неразрывно связаны между собой: с людьми случается то, чего мы от них ждем. Главным стереотипом о рок-музыкантах является то, что их стиль жизни якобы выражен в триаде «секс, наркотики и рок-н-ролл». И в мире полно историй сомнительной достоверности о об оргиях со всеми видами секса и наркотиков. Отчасти это связано с тем, что великие и известные люди все с собой связанное заставляют казаться больше, чем оно есть на самом деле.

В своей книге *TheImage: A GuidetoPseudo-EventsinAmerica* Бурстин проводит разницу между понятиями «героя» и «звезды». Как пишет он сам, герой известен своими делами, а звезда – имиджем или атрибутами. Бурстин отмечает, что знаменитость – это «псевдособытие во плоти». Бурстин противопоставлял естественную славу и искусственную известность. Однако, как отметил в своей статье продолжатель дела Бурстина Нил Габлер, эти два понятия не противоречат друг другу. И, хотя без стереотипов и псевдособытий звезда не является таковой, необходимо исполнение и некоторых других условий. Дэниэл Бурстин и Нил Габлер, который продолжил исследования последнего, вывели следующие условия создания звездного ореола вокруг человека¹: нарратив, история, близость к зрителям, фанаты и сюжет.

1. *Нарратив*. Недостаточно быть известным и находиться в центре всеобщего внимания – подлинная звездность требует истории. Габлер

¹Neal Gabler, *Toward a New Definition of Celebrity*

противопоставляет несколько видов знаменитостей друг другу. К примеру, королева Елизавета Вторая и Дик Чейниобладают определенной славой, но в силу ряда причин у них нет своего выдающегося интересного нарратива. В то же время, развод Тома Круза и Николь Кидман – это сюжет. История должна быть интересной, захватывающей и драматичной.

2. *Сюжетная линия.* Данный пункт является продолжением идеи, обозначенной в первом пункте. Габлер известен в первую очередь тем, что ввел понятие «lifemovie». Это означает приблизительно следующее: жизнь человека, находящегося в центре всеобщего внимания подобна киносъемке. Если бы Габлер писал сейчас, в «золотую эру телевидения», то, наверное, уподобил бы жизнь знаменитости сериалу. Сериалам нужны высокие рейтинги, чтобы их продлили на следующие сезон и также звезде нужны огни рампы и внимание, чтобы оставаться собой. Сюжет жизни человека должен соответствовать его звездному статусу. В противном случае, потеря славы неминуема – и действительно, кто вспомнит сейчас сотни поверженных идиолов? Их сюжеты проходят своего рода естественный отбор. Только немногие выдающиеся длятся поистине долго. Само собой, знаменитости продолжают играть роль и в жизни – хотя бы ради поддержания собственного имиджа. Сюжеты их жизни приводят к тому, что образ уже путается с реальной личностью человека. Габлер приводит в пример Джона Уэйна, говоря о том, что «он воевал лишь на экранах кино, но его лично считали героем и даже награждали за храбрость».
3. *Публичность.* По этому вопросу Бурстин и Габлер вновь расходятся в своей оценке. Первый полагал, что как только масс-медиа перестанут уделять внимание звездам, те сразу же утратят свой статус. Габлер же пишет следующее²: «как и любое произведение искусства, звездность – лишь конечный продукт определенного процесса. Необходим исполнитель. <...> Для нарратива нужна публичность. И последнее, но не по важности – необходимость в фанатах». Бурстин полагал, что кто угодно может быть знаменит, стоит только осуществить грамотную медиа-кампанию. Габлер же утверждал, что звезда должна обладать определенными талантами, чтобы, по крайней мере соответствовать создаваемому нарративу.
4. *Фанаты.* Именно верные поклонники, их любовь и внимание во-первых, являются неотъемлемым условием существования медиа-идола, а также обеспечивают публичность. Стоит задать вопрос: если кто-то снял фильм, которого никто не видел, действительно ли фильм сняли? Возможно, человечество никто не ознакомилось с величайшими шедеврами мировой культуры, потому что авторы уничтожали их. Таким же образом, нарратив, публичность и близость к зрителям не может сделать человека медиа-идолом. Габлер приводит в пример

²Neal Gabler, *Toward a New Definition of Celebrity*

американского террориста Тимоти Маквея, говоря, что тот был всего лишь знаменитым преступником, протагонистом своей истории, но никак не героем.

5. *Близость к зрителям.* Знаменитость становится медиа-идолом благодаря попаданию в какой-либо «нерв» общества. Звезда решает проблему, служит доказательством важной теории, представляет некий важный идеал. Если фанаты не чувствуют, что главную роль в нарративе играет кто-то действительно настоящий и реальный, они не чувствуют, что история может их удивить. Идол, конечно же, должен стоять на некоем пьедестале, но никак не может находиться в тумане неизвестности. Да, должна сохраняться некая тайна, загадка, но не более чем часть великой легенды о герое, не более чем один из мифов.

Развлечения теперь являются конечным продуктом целой индустрии. Индустрии, направленной на удовлетворение потребностей и нужд миллиардов людей. Медиа-идолы, следовательно, являются продуктом массовой культуры, направленным на заполнение некоей ниши, пустота которой невыгодна для главных игроков в индустрии. Главным примером, который также является некоторой подводкой к предмету исследования является социальное и культурное влияние рок-музыки 50-60-ых гг. в США.

Звериное, дикое, бунтарское, сексуальное рвалось из этой музыки. Рок сделал то, чего не смогла сделать ни одна другая музыка: создал унитарную культуру, находившуюся за пределами расистских предрассудков, господствовавших в среде американских WASP-ов, составлявших тогда истеблишмент государства и являвшихся «лицом» страны. Составной частью этого миропорядка являлись предрассудки по отношению к другим расовым группам, включая расизм. На рубеже пятидесятих и шестидесятих, благодаря музыке, американцы стали едины и эра ущемления гражданских прав афро-американцев завершилась. Рок стал вызовом стилю жизни американских семей, который сформировался после окончания второй мировой войны. Пятидесятые были для американцев долгожданным десятилетием изобилия: потребители тратили более десяти миллиардов долларов в год на продукты, которые продавались специально для тинейджеров. И был товар, который подходил именно им. В пятидесятих на радио наконец появились ритм-энд-блюзовые песни Мадди Уотерса, Хаулин Вулфа, Этты Джеймс, Сон Хауса и Джона Ли Хукера. Вместе с тем, по разным причинам, афроамериканские исполнители не могли обладать всеобщей популярностью. Как заметил известный музыкальный продюсер Сэм Филлипс: «Если бы я мог найти белого парня, который звучал бы как черный и казался бы черным, я бы заработал миллиарды»³. Филлипс такого нашел в

³Rock ' n' for Civil Rights, Eric Vaillancourt //

<http://digitalcommons.brockport.edu> URL:

http://digitalcommons.brockport.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1118&context=ehd_theses

1953 году: этим «парнем» оказался Элвис Пресли. Рок отвечал юношеской романтике противостояния устоявшимся традициям. Все культовые произведения культуры пятидесятых основано на этом чувстве: фильмы «Бунтарь без причины», «Школьные джунгли» и роман «В дороге», движение битников и байкерская субкультура.

Что касается социального значения музыки, Эрик Вайянкур пишет так⁴: «В пятидесятых рок-н-ролл помог афро-американцам завоевать уважение американской молодежи. Это уважение и новое отношение помогли движению за гражданские права получить значительную поддержку в пятидесятых и шестидесятых».

В Америке рок в начале шестидесятых начал терять популярность, и возрождённая в Британии музыка пересекла Атлантику в обратном направлении, вновь заняв широкую нишу популярной музыки. Как написали в 1964 году в журнале *Life* о приезде TheBeatles: «в 1776 году Англия потеряла свои американские колонии. На прошлой неделе TheBeatles вернули их обратно»⁵. Годом ранее, в октябре шестьдесят третьего после одного из концертов группы, журналист газеты *TheDailyMirror* изобрел слово «битломания» - выражение, описывавшее фанатичный и истеричный экстаз, который испытывали зрители от одного только вида участников TheBeatles. В 1964-1965 г.г. вторжение началось в полную мощь, США атаковали TheRollingStones, TheDaveClarkFive, TheKinks, TheWho, TheZombies, GerryandthePacemakers, Дасти Спрингфилд, Петула Кларк, FreddieandtheDreamers, TheAnimals, TheYardbirds и многие другие – список можно продолжать очень долго. Уже существовавший в пятидесятых возрастной разрыв между поколениями к шестидесятым стал еще более серьезным, что способствовало популярности музыки. Другим фактором стали антивоенные настроения, сложившиеся в ходе неудачной для Америки войны во Вьетнаме. Этот музыкальный феномен прозвали «британским вторжением». В результате оно сложилась единая англо-американская рокерская культура, которая затем стала всемирной. В семидесятых в США родился «гаражный рок», прото-панк и панк-музыка. История шла своим чередом. Как высказался Роберт Джей Томпсон в своем интервью: «британское вторжение сделала контркультуру мейнстримом».

Проверим, соответствуют ли рок-группы критериям, приведенным Нилом Габлером? Для понимания того, могут ли рок-звезды считаться «медиа-идолами» рассмотрим представителей раннего периода расцвета музыки – скажем, до 1970 года.

⁴Там же.

⁵The British Invasion: From the Beatles to the Stones, The Sixties Belonged to Britain// <http://www.rollingstone.com/music/news/the-british-invasion-from-the-beatles-to-the-stones-the-sixties-belonged-to-britain-19880714>

1. *Нарратив* – выдающиеся группы имели свою историю и мифологию. Распад TheBeatles и роль в этом событии Йоко Оно – часть нарратива TheBeatles. История о том, как Кит Мун практически на ходу придумал название LedZeppelin – это часть легенды о группе. Истории о «сделке с дьяволом», которую приписывают участникам LedZeppelin – также мифология и часть нарратива. Истории о невероятно развратных оргиях, тоннах наркотиков и о том, что если прокрутить задом наперед *StairwaytoHeaven* – часть нарратива. По этой части можно ставить твердый плюс.

2. *Сюжетная линия* – продолжая метафору уподобления звезд телевизионным проектам, можно сказать, что каждый альбом группы или исполнителя – это новый сезон сериала. Все помнят о TheRollingStones, но намного меньше – о Yardbirds, а уж о каких-нибудь GerryandThePacemakers все давно забыли. В пользу первых – долгая, крепкая сюжетная линия и достаточная харизма героев, которая позволяет группе до сих пор оставаться в центре внимания. У Yardbirds был крайне непостоянный состав, большинство участников которого стали звездами намного позже. GerryandThePacemakers когда-то были популярными, однако не оставили достаточно значимого наследия.

3. *Публичность* – приобреталась естественно, благодаря свойственным юным и раскованным членам групп дебошам. Уже упомянутый Кит Мун из TheWho специально взрывал туалеты в гостиницах. Иногда генерировалась искусственно продюсерами. Эндрю Луг Олдхэм, первый настоящий промоутер TheRollingStones. Он стремился сделать из группы антипода ставших мейнстримными битлов. Группа стала популярной благодаря имиджу лохматых, грязных и несносных бунтарей. Кит Ричардс вспоминает такой случай⁶: «Журналистами так легко было вертеть, что мы могли вытворять все, что взбредет в голову. Нас вытюривали из гостиниц, мы ***** (мочились) на стоянке перед гаражом. Вообще-то это получилось совершенно не специально.<...> Мы тогда отправились в GrandHotel в Бристолле с намерением получить пинок под зад. Эндрю обзвонил прессу и сообщил: если хотите понаблюдать, как Stones вышвыривают из GrandHotel, приезжайте к стольки-то и стольки-то – причиной должны были стать наши неподобающие наряды. С умением Эндрю построить журналистов они у нас пыхтели ни за грош».

4. *Фанаты* – за счет описанного попадания в социальный нерв общества рок-группы сумели обзавестись, впервые в истории американской культуры, фанатами всех классов и обеих рас.

5. *Близость к зрителям* – возможно, один из главных факторов величия рок-н-ролла и его восхождения. Сегодня ваш знакомый играет в гараже с друзьями, тусуется и поет в пабах, а в один прекрасный день проснулся всенародно

⁶Кит Ричардс. Жизнь = Life / Переводчик: Максим Колопотин. —Corpus,

обожаемой звездой. Так было с Робертом Плантом, который недолго проработал помощником бухгалтера, а потом стал выступать в составе небольших групп. В 68-ом началась сага LedZeppelin и превращение бывшего мелкого клерка, родом из Стоурбриджа в золотоволосого полубога.

Рок-н-ролл заставил многих людей верить в то, что у них могут быть звездами. Они полностью удовлетворяли выдвинутым критериям. Как отмечает профессор Брауди, лишь малый процент людей готов прожить свою жизнь на виду у остальных и именно эти люди возводятся своими фанатами на пьедестал, считаются избранными и заслуживающими славы и богатства, которые они получают.

Звезды рок-н-ролла умело сочетали в своих легендах чудо, тайну и авторитет. Чудо – потому что из низов возвышались на музыкальный Олимп, продавали миллионы пластинок и были божествами своего века. Тайну – потому что у всякой порядочной мифологии есть свои вопросы, на которые нет ответов. Правда ли, что Кит Ричардс занюхал прах своего отца с кокаином? Была ли смерть Брайана Джонса результатом убийства или суицида? Склеил ли Джон Пол Джонс в Новом Орлеане трансвестита или это просто история из песни RoyalOrleans? Мертв ли Пол Маккартни? Как Кит Ричардс смог пережить все только передозировок? Правда ли состоялась легендарная оргия, на которой участники LedZeppelin сделали что-то якобы невообразимое с акулой? Можно ли получить рокерский талант, продав свою душу? Мифология рока – сама себе вселенная. Неважно, доказаны мифы или нет, их существование значимо само по себе. «Любой, кто попадает в игру звезд, будь то музыкант, актер, политик или атлет узнает, что они должны иметь достаточное чувство юмора, чтобы принимать окружающий их цирк и все, что с ним приходит. Кто получил больше удовольствия от историй о тантрическом сексе Стинга⁷, чем он сам? А Марианна Фэйтфул на вопросы о её случае с шоколадным батончиком отвечает, посмеиваясь и закатывая глаза»⁸.

Заключение

Медиа-идолы – составная часть современной культуры, они принадлежат к индустрии развлечений, и поэтому их основная цель – удовлетворять потребности массовой аудитории. Однако влияние медиа-идолов распространяется и на политическую и социально-экономическую сферы жизни общества. Они приобретают характер симулякра, то есть правдоподобного образа, не существующего в реальности⁹, что

⁷'Seven hours includes movie and dinner!': Sting clarifies THOSE infamous comments about tantric sex with TrudieStyler - twenty-four years on

⁸Rock 'n' Roll Myths: The True Stories Behind the Most Infamous Legends by Gary Graff and Daniel Durchholz – 2012.

⁹Жан Бодрийяр. Симулякры и симуляция.

подтверждается зависимостью существования медиа-идолов от степени его тиражируемости в средствах массовой информации.

Соответственно, главные черты медиа-идола – его публичность, или доступность широкой аудитории посредством масс-медиа и его идеологизированность, или обладание неким значимым смыслом, носителем которого является этот идол. Немаловажно, что медиа-идолы способны оказывать мотивационное воздействие на аудиторию и становятся инициаторами социально-политических событий и движений в обществе.

Список литературы

1. Neal Gabler, *Toward a New Definition of Celebrity*
2. Жан Бодрийяр. Симулякры и симуляция.
3. Rock 'n' for Civil Rights, Eric Vaillancourt // <http://digitalcommons.brockport.edu> URL: http://digitalcommons.brockport.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1118&context=ehd_theses
4. Rock 'n' Roll Myths: The True Stories Behind the Most Infamous Legends by Gary Graff and Daniel Durchholz – 2012.
5. Лео Брауди, «Безумие славы».
6. Джозеф Хиз, Эндрю Портер, «Бунт на продажу: как контркультура создает новую культуру потребления».
7. Richard Schickel, *Intimate Strangers: The Culture of Celebrity in America*.
8. Daniel Boorstin, *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*
9. The British Invasion: From the Beatles to the Stones, The Sixties Belonged to Britain// <http://www.rollingstone.com/music/news/the-british-invasion-from-the-beatles-to-the-stones-the-sixties-belonged-to-britain-19880714>
10. 'Seven hours includes movie and dinner!': Sting clarifies THOSE infamous comments about tantric sex with Trudie Styler - twenty-four years on Read more: <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2806361/Seven-hours-includes-movie-dinner-Sting-clarifies-infamous-comments-tantric-sex-Trudie-Styler-twenty-four-years-on.html#ixzz4cmn38gZU>