

NINA A. TSYRKUN

Iskusstvo Kino journal,
Arbat, 35, office 553, 119002, Moscow, Russia
ResearcherID: AFT-2358-2022
ORCID: 0000-0002-6723-5870
e-mail: tsyrkun@mail.ru

For citation

Tsyrukun N.A. (2022). Smart Cinema and Reincarnation of Camp. *The Art and Science of Television*, 18 (1), 81–109. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2022-18.1-81-109>

Smart Cinema and Reincarnation of Camp*

Abstract. The juxtaposition of camp and smart cinema in the context of American filmmaking seems justified since both categories fit into a more general notion of Indiewood, reflecting the culture of irony and parody. I consider three comic book movies with their camp characteristics: 1966 *Batman* by Leslie H. Martinson and 2016–2018 diology, *Deadpool* by Tim Miller and *Deadpool 2* by David Leitch. Leslie Martinson's *Batman* is one of the first comic book movies in the stylistics of camp, a concept introduced by Susan Sontag. The *Deadpool* diology can be referred to as smart cinema, aimed at a special form of emotional sensibility of the viewers, which brings smart cinema closer to the notion of camp. However, the excessive redundancy and hyperbolism of *Batman* is to a greater extent quirky and does not reach the level of smart cinema, which implies a more sophisticated “culture” of irony and parody. *Deadpool* is constructed as a self-referential, mockingly ironic film that uses the technique of breaking down formulaic clichés by accentuating them. Leveraging the resources of its media universe allowed Marvel to spark viewers' interest. And by mixing various groups in a specific gaming space, by encouraging the audience to participate in discussions of its products on social networks, the studio went beyond the Hollywood unidirectional marketable filmmaking.

Keywords: comic book movies, 1966 *Batman*, *Deadpool*, camp, quirky, smart cinema, culture of irony, Marvel universe, marketing ploy, transmedia narrative

НИНА АЛЕКСАНДРОВНА ЦЫРКУН

Журнал «Искусство кино»,
119002, Россия, Москва, ул. Арбат, 35, офис 553
ResearcherID: AFT-2358-2022
ORCID: 0000-0002-6723-5870
e-mail: tsyrkun@mail.ru

Для цитирования

Цыркун Н.А. Smart cinema и реинкарнация кэмп // Наука телевидения 2022. 18 (1). С. 81–109. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2022-18.1-81-109>

Smart cinema и реинкарнация кэмп

Аннотация. Соположение категорий кэмп и так называемого smart cinema в контексте современного американского кинопроизводства представляет оправданным как вписывающихся в более общее понятие «индивуд», то есть гибрид независимого и голливудского кино, и отражающих культуру иронии и пародии. В статье рассматриваются три кинокомикса («Бэтмен», 1966 и дилогия 2016–2018 годов «Дэдпул» и «Дэдпул 2») с характеристиками кэмп. «Бэтмен» Лесли Мартинсона вошел в историю как один из первых кинокомиксов в стилистике кэмп. Дилогию о Дэдпуле можно отнести к категории smart cinema, нацеленных на особую форму эмоциональной восприимчивости зрителя, сближающей smart cinema с понятием «кэмп», введенным американским культурологом Сьюзен Сонтаг с искусственностью и избыточностью которого корреспондировала эстетика технологической эры. Однако чрезмерная избыточность и гиперболичность «Бэтмена» соответствует, скорее, понятию quirky (что означает «причудливый», «эксцентричный»), но не дотягивает до smart cinema, предполагающего более изощренную «культуру иронии» и пародии. «Дэдпул» конструируется как автореференциальный, насмешливо-иронический фильм, использующий прием избавления от формульных клише за счет их акцентирования. Подключив ресурсы своей медиавселенной, «Marvel» активировала интерес зрителей. Стимулировав смешение различных групп в особом игровом пространстве, побудив аудиторию участвовать в обсуждении своей продукции в соцсетях, ее создатели вышли за рамки однонаправленного товарного кинопроизводства.

Ключевые слова: кинокомикс, «Бэтмен» (1966), «Дэдпул», кэмп, quirky, smart cinema, культура иронии, вселенная Marvel, маркетинговый ход, трансмедийный нарратив

INTRODUCTION: INDIEWOOD AND SMART CINEMA

Jim Jarmusch, traditionally regarded as an independent film director, nevertheless once spoke quite harshly about it: “It’s all so independent. I’m so sick of that word. I reach for my revolver when I hear the word quirky. Or edgy. Those words are now becoming labels that are slapped on products to sell them” (Hirschberg, 2005, p. 19). The implication is that independent directors, who emerged at the rise of New Hollywood (after 1967) under the slogan of quitting the Hollywood “system” of production and its typical set of artistic features emphasizing their commitment to auteur cinema devoid of commercial ambitions, gradually accommodated themselves to it, consistently losing the proclaimed pathos.

The very notion of independent cinema has blurred over time, and its founders can hardly live up to this label now. All of them had long ago entered “the system” and become commercially successful directors and producers, especially since they were originally associated with the major studios. This whole community is now referred to as New Hollywood. In the New Hollywood era, directors and screenwriters were largely freed from the dictate of producers. The turning point came when Steven Spielberg’s *Jaws* created by the independent studio, Zanuck/Brown Productions, and the major, Universal Pictures, hit the screens in 1975. It was the beginning of the blockbuster era characterized by a combination of studio control and elements of directorial freedom.

Nevertheless, even during this period, the dominance of majors continued to a certain extent, and studios originally associated with independent cinema, such as Miramax and Sony Pictures, shifted toward more expensive financing and distribution in the late 1990s and early 2000s. At the same time, majors, given their interest in art house, create small subsidiary companies that take into account the artistic potential of authors, further blurring the lines between independent and mainstream cinema.

Today, there are thousands of small studios in the US that produce films independently. Independent filmmakers and producers (or those identifying themselves as such) making low-budget films have their ways of reaching audiences—primarily due to numerous film festivals which ensure that their releases travel across countries and continents, which facilitates at least limited distribution. As a result, at the intersection of mainstream and independent cinema we are dealing with “double coding” inherent in that array of cross-branch films which has been called smart cinema and which fits into the general notion of *Indiewood*, that is, the fusion of independent and Hollywood cinema. The definition was introduced by the American film theorist and media researcher Jeffrey Sconce. Smart films, he noted, reflect the “culture” of irony and parody characteristic of that part of the audience (largely young and educated) which distances itself from the sociocultural establishment (Sconce, 2002, pp. 249–269). Smart cinema, which stops being

the prerogative of American filmmaking, is the result of a playful postmodern trend largely driven by modern digital media, including video games, social networks, etc. And, most importantly, it expands the possibilities in film viewing by pitching the audiences into a kind of dialogue.

New Hollywood, which was initially rigorist and focused on the French New Wave, Italian neo-realism and the British “angry young men,” dissociated itself from a large array of films that were allegedly not serious or highly artistic enough. In this respect, smart cinema is a more democratic genre, into the orbit of which comics have been naturally included. One of the icons of this trend was Christopher Nolan, director of *The Dark Knight* trilogy. Today, we can speak of the two facts. One is that the hybrid genre of comics is aimed at not only teenagers but also at a more mature, educated audience. The second fact is that it can no longer be unequivocally considered purely commercial; in many cases, in its basic attributes it fits into the category of smart cinema.

The emphasis on irony and parody allows to link to this concept the so-called *quirky* trend in contemporary American cinema. The term *quirky*, coined by the British theorist James MacDowell, suggests that such films should be a unique marketing product that, on the one hand, does not scare off audiences who are not inclined to see hard-to-receive or avant-garde cinema, but on the other hand, recruits fans who are flattered by a sense of belonging to a community willing to watch something out of the line. MacDowell points out that, just like smart cinema, the wave of quirky films first emerged in America at the turn of the 1990s and 2000s and is aimed at a special form of viewer’s sensibility. While noting its unconditional affinity with smart cinema, he emphasizes their difference: quirky films “come far closer to expressing ... ‘sincerity’, ‘positivity’, ‘passion’” (MacDowell, 2010, p. 11). The reference to sensibility brings to mind the concept of *camp*, introduced by the American cultural scientist Susan Sontag in *Notes on Camp* (2014). (The term is derived from the French *se camper*—to behave provocatively, to show off.¹) The article was published in 1964.² And in 1971, the famous Soviet culture expert and film critic Maya Turovskaya published her monograph, *Heroes of the Heroless Time*, examining non-canonical genres, including comics. She called the fashion for comics in the most intellectual part of society “epidemic-like.” And as a reason behind this Turovskaya pointed out the situation when not only a hero, but even an anti-hero has nowhere else to come from, and this is why they are taken from a “low” genre—not seriously, but only as a *negation of negation*, as a cynical, parodic replacement of the missing hero” (Turovskaya, 1971, p. 91).

¹ For more details see: Tsyrukun, 2020, pp. 170–178; Tsyrukun, 2013.

² First publication see: Sontag, 1964.

1966 *BATMAN*, CAMP AND COUNTERCULTURE

The same year as Sontag published her article, Andy Warhol produced and directed the feature film *Batman Dracula*, which is considered the first camp movie. The director called it an homage to Batmaniana. Constructed mainly as a series of sketch-book posters, the comic book took on a visual form characteristic of the 1930s graphic novels. It was a new aesthetics of the technological era, consonant with camp, its artificiality and redundancy typical of pop-art.

And in 1966, the *Batman* series was premiered on television. It was shot in the style of camp, that is, in the words of Sontag, as an “extravagant gesture,” a “tentative and nimble” code to bypass the restrictions of the then unrevoked Hays Code of censorship. The idea to make a film about Batman came to producer William Dozier after he witnessed the public’s reaction at the rerun of the 1943 *Batman* series: viewers laughed at its murderous seriousness. So, Dozier decided to do the opposite—to stage an absurdist parody of this and similar comics.

The television series (120 episodes) aired for 26 weeks, won a huge audience, and Batman gained a new cohort of fans. They were mostly young people, students, who sensed in the series that special “sensibility of an era” which, according to Sontag, was most authentically expressed in camp, and of which the hippie movement was the lifeblood. It was a counterculture audience that was either part of the hippie movement or close to it.

On the wave of success, it was decided to make a movie based on the series. Its creators were counting on an even wider range of viewers, as the credits announced: “To lovers of adventure, lovers of pure escapism, lovers of unadulterated entertainment, lovers of the ridiculous and the bizarre.” Some way or other, camp is esoteric in its own way or, as Sontag wrote, it is “a badge of identity even, among small urban cliques” (Sontag, 2014, p. 289).

The new *Batman: The Movie* was filmed at Greenlawn Productions, a small studio set up specifically for the occasion, by Leslie H. Martinson—the same director as in the TV series. The film looked like an exaggerated caricature of the Batman stories, like a parody of the main characters, their costumes and attributes, and the setting that viewers of the TV series and readers of the comic books were used to. *Batman* deliberately emphasizes its genesis, its birth from graphic comics, primarily through the large-printed labels and written exclamations like “Pow,” “Ouch,” “Sploosh” in the scene where almost all the characters take turns falling off the submarine into the ocean.

A deliberate overabundance of accessories prefixed with *bat-* strikes the eye. There are even corresponding stickers: Shark Repellent Bat Spray, which Batman utilizes to deal with an obviously rubber shark, Batmobile, Batcopter, Batladder, Bat Pole Elevator (for descending into the cave where Dick Grayson and Bruce Wayne turn into superheroes) and even Bat Cuffs which Robin puts on Catwoman.



Fig. 1. *Batman*, 1966³

Martinson's *Batman* positioned itself as an example of the *anti-genre* that emerged on the ruins of more or less authoritarian ideological systems. By anti-genre, here we mean comics as opposed to the *grand narratives*, the death of which was marked by the French structuralists. An answer to the hippie culture was the disruption of screen clichés and stereotypes, the theatricalization of everyday life, and the carnivality inherent in hippism, which corresponded best to the costumism of the comics.

Aesthetically, Robin in his golden-green-red and Batman in his coffee-yellow-purple, not to mention a clownishly dressed band of baddies, are what can be defined, according to Sontag, “not in terms of beauty, but in terms of the degree of artifice, of stylization” (Sontag, 2014, p. 291).

Screenwriter Lorenzo Semple Jr. wrote the script based on the TV series, but took the plot to its absurdity. Supervillains plan to take over the world by using a dehydrator to destroy—literally turn to dust—members of the United World Organization's Security Council (a reference to the United Nations). The grotesque appearance of the delegates emphasizes their affiliation with one country or another. (In particular, the Soviet participant appears in a military uniform with huge shoulder marks and huge medals.) Batman and Robin rush to their rescue.

The parodic artificiality of the film alludes to Bondiana, a franchise that had been launched in 1962. The opening credits—with silhouettes as if seen through a gun muzzle or through a telescope—were inspired by the graphic prologue of the James Bond films created by Maurice Binder for the first Bond films:

³ See the image source: <https://ascmag.com/articles/bat-matography-or-capturing-batman-on-film> (27.03.2022).



Fig. 2. 1966 *Batman* opening credits⁴

A thinly veiled parody of Bond discourse is the love story with Catwoman, who seduces Batman/Wayne in the guise of Kitayna Ireyana Tatanya Kerenska Alisoff, or Miss Kitka, a fake Soviet reporter for the Moscow Bugle. For his part, Adam West as Bruce Wayne in a tuxedo, wooing Miss Kitka, clearly mirrors Sean Connery in the Bond movies. One of the funniest and totally unbelievable episodes is Batman's attempt to dispose of a ready-to-explode bomb which he found in the villains' headquarters on the pier. It does not occur to the superhero to call for people to evacuate; he rushes around with the smoking bomb trying to find a safe place to drop it, but is interrupted by a marching band, a couple kissing in a boat, babysitters with strollers, and ducks floating on the waves. And Batman utters one of his many punchlines: "Some days, you just can't get rid of a bomb!" And here one cannot help but feel echoes of the reality from which the filmmakers sought to disassociate their audience.

However, Martinson's film, with its deliberate caricature and hyperbolization, is too eager to be defiantly campy. From Susan Sontag's point of view, while the essence of camp lies in its predilection for the unnatural, the artificial and the exaggerated, the most successful examples of camp are unintentional, the ones that retain a certain seriousness and maintain their tone in a smooth way (2014). (Sontag, 2014, pp. 296–297). It is in this gap between intentional seriousness and self-parody where true camp is born. Its significance and artistic value are in the duality of interpretation, the possibility of finding a deeper meaning than the one that lies on the surface, and even contradicting it. The 1966 *Batman*, with its deliberately absurd plot woven from a chain of gags, is too silly, too full of details, designed to impress with burlesque bravado. That is why, although complying with the characteristics of

⁴ See the image source: <https://annyas.com/screenshots/updates/batman-1966/> (28.03.2022). (Registration is required to access the website page with the above image.)

quirky, this movie does not fit into the category of smart cinema. It could rather be compared to early American eccentric comedy, even slapstick.

Nevertheless, from the point of view of camp ideology, *Batman* succeeded as a social fact. As Sontag writes, “what camp taste responds to is ‘instant character’, ... a person being one, very intense thing” (Sontag, 2014, pp. 300–301). The characters of Batman and Robin in this case, though excessively hyperbolized, are quite definite, and the lack of depth does not hurt them. In this respect, the film has to a certain extent fulfilled its social order to create images of ideal heroic defenders. “Gives a feller a good feeling to know they’re up there doing their job!” complacently utters a philistine sitting with his wife at a tea table in a cozy courtyard when he sees a Batcopter flying by. On top of all, Martinson’s *Batman* solved another and perhaps more important problem: it showed that restrictions in art cannot live long, and that the wall of prohibitions and regulations will be, in one way or another, if not destroyed, then at least bypassed. Thus, artistically and socially, the film has become part of counterculture. Finally, the example of *Batman: The Movie* proved that this universal genre, evolving in the social and artistic paradigm of its time, can come off the spotlight for some time, but only to renew and revive, including in unexpected forms which attract new audiences.

DEADPOOL AND TRANSMEDIA NARRATIVE

One of the most important characteristics of camp is its variability, even the obsolescence of some of its manifestations. For instance, the modern audience of *Batman: The Movie* apparently finds the film too naïve. As a counterexample, we can name the *Deadpool* dilogy. It is a much more sophisticated product, a somewhat campy quirky movie, but in my view, it can be called smart cinema. Referring to Sontag’s *Notes on Camp*, James MacDowell mentions her idea that “sensibility is almost ... ineffable” (MacDowell, 2010, p. 2), for, being crammed into the mold, it “hardens into an idea” and thus loses its essential ability to affect primarily viewers’ psychology rather than reflectivity (Sontag, 2014, p. 290). And that is the uniqueness and appeal of it. It is sensibility that McDowell places at the center of consideration. It takes quirky beyond genre distinctness. The same-type characters and situations, the play with stylistic conventions, and the recurring themes provoke a special kind of perception provided by a peculiar tonality.

The title character of the dilogy, Wade Winston Wilson, who takes the name *Deadpool* (a word for a sweepstakes where bets are made on the age at which celebrities would die), first appeared in a comic book by artist Rob Liefeld and writer Fabian Nicieza in 1991. In 2009, he appeared on screen in Gavin Hood’s

X-Men Origins: Wolverine. (The role of Deadpool was played by two actors, Ryan Reynolds and Scott Adkins.) The 2016 *Deadpool*, directed by Tim Miller from a screenplay by Rhett Reese and Paul Wernick and starring Ryan Reynolds, tells the story of a former special forces operative and then mercenary Wade Winston. The film was a resounding success. Among other awards, it received two Golden Globe nominations for Best Motion Picture and for Best Actor in a Motion Picture. An R-rated movie (viewers under 17 must be accompanied by a parent or adult guardian) with a modest budget of \$58 million, but under the auspices of 20th Century Fox and Marvel Entertainment, by early 2022 it grossed approximately \$783 million worldwide, becoming the highest-grossing *X-Men* franchise film ever made and the highest-grossing R-rated film overall. And along with the 2018 sequel, *Deadpool 2* directed by David Leitch (screenwriters Reese and Wernick were joined by Ryan Reynolds), this time with an increased, but not too much, budget, the box office was over \$1.5 billion.

What is most distinctive about *Deadpool* is that the filmmakers turned down the well-known formula of superhero movies demanding a clear contrast between the protagonist and the antagonist. Instead, they weaved the plot around an anti-hero becoming a superhero. The dilogy is filled with sarcastic humor, blood and violence, but also with lyricism. The lyrical line tells the tragic love story of Wade and Vanessa, a prostitute murdered by gangsters. Blaming himself for her death, Wade attempts to die by suicide several times in rather extravagant ways—and fails due to his ability to regenerate which he acquired after medical experiments that had cured his fatal disease. Film scholar Jane Katherine Sible even finds similarities between Wade and the Arthurian knights, particularly Lancelot, noting a new trend of making love the focus of a comic book superhero arc (Sible, 2020, p. 20). It is worth noting that the image of an anti-hero who ceases to be anti- plays an ever-increasing role in contemporary global film and television production. At the same time, according to Aleksandra Tarasova, emotional connections facilitate the healing of such an unconventional character, who often suffers from loneliness and drama (Tarasova, 2021, p. 113). This includes family connections, which quite corresponds to the image of Deadpool, who dreamed of having a normal family and a child.

All in all, the movie is an alternative to the established content of superhero cinema and its artistic and ideological conventions. For instance, obscene language is combined here with the use of what appears to be some child's plot-based drawings. As in Martinson's film, a variety of narrative clichés is used here, from the offscreen history of the characters, both of whom had a difficult childhood, to their status—a former mercenary seeking revenge for what was done to him (his face was disfigured in the process of medical manipulations) and a prostitute with a heart of gold. However, this technique is actually an ingenious type of deconstruction of mainstream cinema in the form of spontaneous shifts of meaning. This tactic evokes

the ambiguity, marginality, and therefore the oneness and uniqueness of the dilogy, at the same time pointing at the inability to go beyond the framework of a superhero movie. This is further emphasized by the trajectory of Deadpool's image, which fits into the Marvel universe. Not without reason MacDowell mentions that quirky is not aimed at audiences inclined toward avant-garde cinema—the case is actually the opposite. Apparently, we may be talking about a so-called third, liminal audience simultaneously claiming and rejecting hierarchical constructions, as American film scholar Laura Canning writes about in her thesis (Canning, 2014).

From the very credits, *Deadpool* is demonstratively arranged as a self-referential, mockingly ironic film that accentuates the postmodern technique of breaking down formulaic clichés by emphasizing them. A special tonality colors every component of the work—the plot, the body of characters, the sequence of events. *Deadpool* is constructed as a traditional narrative Hollywood film, part of the umbrella structure of a comic book cinema incorporating elements of action, drama, comedy, fiction, and sometimes even tragedy. (Susan Sontag considered camp and tragedy to be antitheses, but I believe, in this case we can speak of an alteration, which, in Sontag's own opinion, camp was doomed to over time). Right after the opening credit frames, the title character comments on the film. A red superhero costume that mimics that of Spider-Man has the pragmatic purpose of hiding traces of blood, he says. With two katanas behind his back, he is mocking the loyalty of the audience who have waited so long for the real beginning of the film, and the casting of the film, alluding to his own ability to telekinesis. He prophesies the future of the franchise by particularly promising the appearance of a time-traveling mutant Cable. Breaking the fourth wall, Deadpool repeatedly addresses the audience by looking into the camera throughout the film, including describing himself and his reluctance to become a superhero: "I may be super, but I'm no hero."



Fig. 3. Deadpool wallpaper⁵

⁵ See the image source: <https://wallcloud.net/ru/wallpaper/films/marvel-deadpool-movie/108r> (27.03.2022).

The characters' auto-commentaries in the frame, the breaking of the fourth wall in this case take on a special meaning. The novelty of *Deadpool* lies mainly in the fact that the title character transcends the space of the movie. Characterizing Deadpool and considering his story from the metaphysical viewpoint, Elena Ivanenko notes that in his case there is even "flirting with the ontological boundaries between the worlds," which places him in "the game of creation" (Ivanenko, 2020).

Deadpool is well aware of the fact that he is a fictional character, a mere performer in the role offered to him. Commenting on events, Deadpool wipes the fogged-up camera lens; he knows what is happening behind the set and casually gives instructions to the crew about the soundtrack. What is more, when Wade tries to remember whether he left the stove on at home, he uses slow-mo to have some time to concentrate. Deadpool ironically complains about the modest budget of the movie, due to which fact no high-status representatives of the X-Men were invited, limiting the team to the episodic ones—Colossus and Negasonic Teenage Warhead. Deadpool stops the viewer's attention at key plot points, clearly emphasizing the stereotypical nature of the film: "Some of the best love stories start with a murder. And that's exactly what this is, a love story." Opening credits with a prevalence of self-irony set the desired tone. The irony intensifies towards the finale, when Deadpool gives a passionate speech to his team that he was always appalled by the name "X-Men." In keeping with the zeitgeist and the pathos of gender balance, he theatrically proclaims that in order to be gender-neutral, the team "will be known as X-Force," thus using this amusing situation to banter of the "cancel culture."

In his article on the stylistics of quirky, MacDowell selected a certain corpus of recent comedies and emphasized their "inoffensive" mode helping them to avoid transgression. However, the abundance of scenes involving a lot of blood in *Deadpool* suggests that transgression has not been avoided in this case; and it is transgression that Jeffrey Sconce calls one of the hallmarks of smart cinema, leading to the conclusion that *Deadpool* is not just quirky. More precisely, not only: we are rather dealing with a variation of smart cinema masked as quirky. For example, the filmmakers resort to self-irony as the best way to protect themselves from accusations of insult. Instead of names of the crew and cast in the opening credits, we see mocking, if not sardonic, labels: "Some douchebag's film" "written by the real heroes here" and so on. In one of the episodes of the sequel, Deadpool slurs to Cable, "Shut up, Thanos!" Josh Brolin, who played Cable, also appeared as the malevolent titan Thanos in Anthony and Joe Russo's *Avengers: Infinity War* released earlier that year. This was one of the tricks used in the diology to emphasize the artificiality of what we see on screen.

Here is another iconic example. By the time of *Deadpool* release (that is, before the 2021 *Hawkeye* TV series came out), there was a perception among fans of the Marvel universe that Hawkeye was completely useless in it. And in a moment

of desperation, Deadpool exclaims: "Give me a bow and arrow, I'm basically Hawkeye." This serves as a marketing ploy to connect audiences to the array of Marvel movies.

However, along with the breaking of the fourth wall and the use of all kinds of templates, there are signs that the traditional superhero cinema matrix is depleted, and at the same time—that the new vectors of the comic book movie structure are opening, extravagantly fitting into the context of smart cinema. And Deadpool himself, according to comic book researcher Tomáš Lukáč, is a trickster. Comic book characters have repeatedly been recognized as such buoyant mockers; but in this case Lukáč implies a renewal of the very nature of heroes crossing the text boundaries "through the general information about the character, to the characteristic features of the figure and the roles which he takes upon himself or are given to him" (Lukáč, 2019, p. 51).

In constructing its film strategy, the Marvel team drew on their personal experience in publishing comic books, creating a universe with its own narrative, characters and themes, living by its own laws, with its own history. Deadpool acts as a figure that André Gaudreault called the *monstrator*. The Canadian film theorist wrote that the transfer of film information is by necessity syncretic and includes various modes of signification (Gaudreault, 2009, p. 77). One could say that Deadpool as a monstrator is a visual counterpart to cinema's narrator, that is, the director; he manipulates viewer reactions and participates in the creation of the modern transmedia product. Mike McCleary said that cinema "evolving in the increasingly networked and interconnected digital world, is becoming recognized less by its uniquely definable and limiting qualities, but instead by its polysemy, its polyaestheticality, and polynarrativity, by its multitudes and interrelations rather its individualistic and independent qualities" (McCleary, 2019, p. 125).

The consumers (viewers), in turn, going beyond everyday reality, are included in a new fan community in which elements of archaic oral culture are revived through fan websites and social media. Densely eventful films generate a variability of apprehension and comprehension, forcing viewers to rewatch the film, refer to source graphic novels, TV versions, and actively discuss it all. Having studied contemporary film advertising, Marika Valo notes that since the turn of the century, and even more in the last decade marketing has switched to online. At the same time, "it's not enough that the film studios and distributors know the target audience and make a campaign that appeals to them, they also need to know where to reach that specific target group. It is getting more important than ever to know the target audience in detail, and to keep up to date with what online platforms they use." (Valo, 2018, p. 35). For example, before Halloween, Marvel released a video clip with Deadpool recruiting children for his superhero team. And before Christmas, they uploaded an hour-long video of Deadpool on YouTube. Ryan Reynolds regularly

posts about the movies and the character on Twitter. Among other things, 20th Century Fox has released a series of smartphone emoji featuring Deadpool.

Deadpool website and advertisement became the platform for the specification of media convergence theory, integrating numerous media functions and addressing various users' experiences. The website offers free access to the synopsis, critical articles, visual content, video trailers and audio podcasts, as well as one-click connections to social media and discussions.

There are also numerous online databases, including Marvel Cinematic Universe Wiki⁶ and Marvel Movies Wiki⁷ with all the information about the universe and its inhabitants. Fans reconstruct every detail in the form of biographical articles or decrypted easter eggs. As a result, the focus shifts from the film itself to its perception. Within an immersive space organized by new technologies, the author as a subject loses their hierarchical advantage. And not only the author—to a large extent, marketing becomes the domain of the fans too, gaining pervasive and free (for the producers) access. Many established comic makers use their personal pages to directly communicate with fans, getting immediate reactions to their work. As a result, Marvel has reconceptualized itself from a comic book publisher to an intellectual property company that profits from licensing movies, games, TV series, toys, and assorted merchandise.

CONCLUSION

Comics as a transmedia narrative is a form of communication that involves viewers in an area of attraction, turning them into participants in the action. This means the involvement of many media platforms creating interdependence between the individual and society as a whole. Gennady Bakulev, who explored transmedia in serial production, emphasizes that the advantage of this immersive process is that “symbolic material,” which is distributed non-linearly across different media platforms, “helps the public to meaningfully architect their lifeworlds in specific sociocultural contexts” (Bakulev, 2020, p. 140). At the same time, a variety of discourses as a way of expressing viewpoints (opinions) generates interaction. In precisely this way the narrative is expanded and supplemented, creating a transmedia narrative. In a specific game space, where representatives of different social groups communicate more freely than in the real world, the addressee, who is also a member of the interaction, is encouraged to create meanings: the social and

⁶ See: https://marvelcinematicuniverse.fandom.com/wiki/Marvel_Cinematic_Universe_Wiki (28.03.2022).

⁷ See: https://marvel-movies.fandom.com/wiki/Marvel_Movies (28.03.2022).

discursive nature of communication is based on a well-known social discourse of the comic book cinema, which becomes not only amusing and entertaining quirky, but also smart cinema.

* * *

ВВЕДЕНИЕ: ИНДИВУД И SMART CINEMA

Известный американский режиссер Джим Джармуш, традиционно причисляемый к независимому кино, тем не менее однажды довольно резко высказался в его адрес: «Независимое кино... Меня тошнит от этих слов. Когда я слышу их или их синоним “артхаусное”, хватаюсь за револьвер. Сегодня эти слова превращаются в этикетки, которые наклеивают на товар, чтобы повысить его стоимость» (Hirschberg, 2005, p. 19). Подразумевается, что независимые, выступившие в момент подъема Нового Голливуда (после 1967 года) под лозунгом выхода из «системы» голливудского способа производства и соответствующего ему набора художественных особенностей, акцентируя приверженность к авторскому кино, лишенному коммерческих амбиций, постепенно адаптировались к ней, последовательно утрачивая прокламировавшийся пафос.

Само понятие «независимое» кино со временем размылось, а отцы-основатели вряд ли теперь могут соответствовать этому ярлыку. Все они давно вошли в «систему», стали коммерчески успешными режиссерами и продюсерами, тем более что изначально были связаны со студиями-мейджорами, так что это сообщество объединяется понятием «Новый Голливуд». В эпоху Нового Голливуда режиссеры и сценаристы в значительной мере освободились от продюсерского диктата. Переломный момент наступил, когда в 1975 году на экранах появилась картина Стивена Спилберга «Челюсти», созданная независимой студией Zanuck/Brown Productions и мейджором Universal Pictures — пришла «эра блокбастеров», которые характеризовались сочетанием студийного контроля с элементами режиссерской свободы.

Тем не менее и в этот период доминирование студий-мейджоров в определенной мере продолжало сохраняться, а киностудии, изначально ассоциировавшиеся с независимым кино, такие как Miramax и Sony Pictures, в конце 1990-х и в начале 2000-х сдвинулись в сторону более дорогого финансирования и дистрибуции. Вместе с тем мейджоры, учитывая интерес к артхаусу, создают небольшие дочерние производственные компании, учитывающие художественный потенциал авторов, что еще больше размывает границы между независимым и мейнстримным кино.

Сегодня в США существуют тысячи небольших компаний, которые производят кинопродукцию самостоятельно. Независимые (или числящие себя

такowymi) режиссеры и продюсеры, создающие малобюджетные фильмы, имеют пути выхода к зрителю (прежде всего благодаря значительному числу кинофестивалей, обеспечивающих путешествие их релизов по странам и континентам, что способствует, по крайней мере, ограниченному прокату). В результате при пересечении мейнстрима и независимого кино мы имеем дело с характерным «двойным кодированием», присущего тому корпусу «трансвидовых» фильмов, который получил название «smart cinema» и который вписывается в общее понятие «индивуд» («indiewood», то есть, слияние независимого и голливудского кино). Определение ему дал введший в обиход этот термин американский теоретик кино и исследователь медиапространства Джеффри Сконс. Он, в частности, отметил, что «умные» фильмы отражают «культуру иронии» и пародии, характерную для той части в основном молодой образованной аудитории, которая дистанцируется от социокультурного истеблишмента (Sconce, 2002, pp. 249–269). «Умные фильмы», которые не остаются прерогативой американского кино, являются результатом игровой постмодернистской тенденции, во многом обусловленной современными цифровыми медиа, в том числе видеоиграми, соцсетями и пр. И, что особенно важно, расширяют возможности кинозрительства, подключая аудиторию к своеобразному диалогу.

Изначально ригористически настроенный Новый Голливуд, ориентировавшийся на французскую «новую волну», итальянский неореализм и британских «рассерженных», отмежевывался от большого конгломерата фильмов, которые якобы были недостаточно серьезными и высокохудожественными. В этом плане smart cinema является более демократичным жанром, в орбиту которого закономерно попал кинокомикс; одной из «икон» направления стал, например, Кристофер Нолан, постановщик трилогии о «Темном рыцаре» Бэтмене. Сегодня можно констатировать, что сам по себе гибридный жанр кинокомикса, рассчитываемый не только на подростковую, но и на более взрослую, образованную аудиторию, уже не может однозначно включаться в чисто коммерческую продукцию и во многих случаях вписывается по своим основным признакам в категорию smart cinema.

Акцент на иронии и пародии позволяет подключить к этому понятию так называемое «quirky»- (причудливый, эксцентричный, замысловатый, забавный) направление в современном американском кино. Этот термин, введенный британским теоретиком Джеймсом Макдауэллом, предполагает, что «quirky film» должен быть уникальным маркетинговым продуктом, не отпугивающим аудиторию, не склонную смотреть трудно воспринимаемое или «авангардное» кино, но вербующим фанатов, которым льстит ощущение принадлежности к сообществу, готовому смотреть нечто выходящее за рамки привычного. Волна такого рода фильмов, указывает автор, как и smart

сiнeмa, появилась в Америке на рубеже 1990-х–2000-х годов и нацелена на особую форму эмоциональной восприимчивости зрителя. Отмечая безусловное родство такого рода фильмов со smart cinema, он в тоже время подчеркивает их различие в том, что quirky отличается «искренностью, позитивностью, страстностью» (MacDowell, 2010, p. 11). Отсылка к восприимчивости заставляет вспомнить о понятии «кэмп», введенном американским культурологом Сьюзен Сонтаг в статье «Заметки о кэмпе» (Сонтаг, 2014). (Термин происходит от французского *se camper* — держаться вызывающе, выпендриваться)¹. Статья была опубликована в 1964 году². А в 1971 году в СССР появилась монография М.И. Туrowsкой «Герои безгеройного времени», где известный культуролог и киновед исследовала «неканонические жанры», к которым отнесла комикс, отмечая в качестве причин «эпидемической моды» на комиксы в наиболее интеллектуальной части общества фактор, когда не только герою, но даже и «антигерою» уже неоткуда взяться, и из «низкого» жанра берется его герой, но не всерьез, а лишь как «отрицание отрицания», как циническое, пародийное замещение пустующего места героя» (Туrowsкая, 1971, с. 91).

«БЭТМАН»-66, КЭМП И КОНТРКУЛЬТУРА

Как раз в год выхода в свет статьи Сонтаг Энди Уорхол продюсировал и сам снял игровой фильм «Бэтмен Дракула», считающийся первой кинолензой в стиле кэмп, который автор называл «оммажем» бэтманиане. Смонтированный в основном как серия «планшетов»-плакатов, комикс обрел на экране визуальную форму, характерную для графических комиксов 1930-х годов. Это была новая эстетика технологической эры, корреспондировавшая с кэмпом, его искусственностью и избыточностью, свойственным эстетике поп-арта.

А в 1966 году в эфир вышел телесериал «Бэтмен», снятый в стилистике кэмпа, то есть, по слову Сонтаг, «экстравагантного жеста», особого кода «ловкости и изворотливости», с помощью которых можно было обойти рестрикции неотмененного еще тогда цензурного Кодекса Хейса. Идея снять кино о Бэтмене пришла в голову продюсеру Уильяму Дозьеру, когда он стал свидетелем реакции публики на повторный показ сериала «Бэтмен» 1943 года — зрители смеялись над его убийственной серьезностью. Соответственно, Дозьер решил сделать все наоборот — поставить абсурдистскую пародию на этот и подобные ему комиксы.

¹ Подробнее см.: (Цыркун, 2020, с. 170–178; Цыркун, 2013).

² Первую публикацию см.: (Sontag, 1964).

Телесериал (120 эпизодов) шел в эфире 26 недель, завоевал огромную аудиторию, и у Бэтмена появилась новая когорта поклонников. Это были в большинстве своем молодые люди, студенты, почувствовавшие в фильме ту особую «чувствительность эпохи», которую, по словам Сонтаг, наиболее аутентично выразил кэмп, и живым наполнением которой являлось движение хиппи. Это была аудитория «контркультуры», либо входившая в движение хиппи, либо близкая ей.

На волне успеха решено было снять фильм по мотивам сериала, его создатели рассчитывали на еще более широкий круг зрителей, о чем сообщал титр: «Для любителей приключений, желающих уйти от действительности, любителей детских развлечений, смешного и веселого». Так или иначе, следует отметить, что кэмп по-своему эзотеричен или, как писала Сонтаг, это «что-то вроде знака отличия среди маленьких замкнутых сообществ» (Сонтаг, 2014, с. 289).

Новый «Бэтмен» (*Batman: The Movie*), снятый на специально созданной для данного случая маленькой студии «Greenlawn Productions», режиссером которого, как и сериала, стал Лесли Мартинсон, подчеркнуто выглядел карикатурой на сюжеты о Бэтмене, пародией на главных героев, на их костюмы и атрибуты, на декорации, к которым привыкли зрители прежних сериалов и читатели рисованных комиксов. В фильме намеренно акцентируется его генезис — рождение из графических комиксов, прежде всего за счет крупно напечатанных этикеток-ярлыков и использования письменных восклицаний типа «Бэмс!», «Бух!», «Плюх!» в эпизоде, где почти все персонажи поочередно падают с подводной лодки в океан.



Рис. 1. Кадр из фильма «Бэтмен», 1966³

³ Источник изображения см.: URL: <https://ascmag.com/articles/bat-matography-or-capturing-batman-on-film> (дата обращения: 27.03.2022).

Бросается в глаза нарочитый избыток аксессуаров с префиксом «бэт», причем объекты еще и сопровождаются соответствующей наклейкой — противоакулый бэт-аэрозоль, с помощью которой Бэтмен расправляется с явно резиновой акулой, бэт-мобиль, бэт-коптер, бэт-лестница, бэт-лифт (для спуска в пещеру, где происходит превращение Робина и Брюса Уэйна в супергероев) и даже бэт-наручники, которые надевают на руки Женщине-Кошке.

«Бэтмен» Мартинсона позиционировался как «антижанр», которым мы можем обозначить здесь комикс в противоположность «большим нарративам» (их смерть обозначили французские структуралисты), возникший на руинах более или менее авторитарных идеологических систем. Культуре хиппи отвечали нарушение утвердившихся на экране клише и стереотипов, театрализация быта и присущая хиппизму карнавальность, как нельзя лучше соответствующая «костюмности» комикса.

Эстетически Робин в золотисто-зелено-красном, Бэтмен в кофейно-желто-фиолетовом, не говоря уже о клоунски разряженной банде злоумышленников, — это то, что может быть определено, по Сонтаг, в терминах не красоты, а степени искусственности или стилизации (Сонтаг, 2014, с. 291).

Сценарист Лоренцо Семпл-младший написал сценарий на основе телесериала, но довел сюжет до полного абсурда: суперзлодеи замышляют взять власть над миром, с помощью специального вещества «дегидрататора» уничтожив — буквально обратив в пыль — совещание международной организации Объединенный честный мир, в которой угадывается отсылка к Организации Объединенных Наций. Делегаты представлены в карикатурном виде, подчеркивающим принадлежность к той или иной стране. (В частности, советский участник фигурирует в военном мундире с огромными погонами, увешенном огромных размеров медалями.) Бэтмен и Робин бросаются на их спасение.

Пародийная искусственность фильма прочитывается в аллюзиях на фильмы бондианы — франшизы, которая начала выходить в 1962 году. К фильмам о супершпионе Джеймсе Бонде отсылают начальные титры в духе графического пролога, созданного художником Морисом Биндером к первым фильмам бондианы с представлением кашированных (будто снятых сквозь дуло пистолета или линзу подглядывающего телескопа) фигурок персонажей.

Прозрачной пародией на бондовский дискурс является и сюжетная линия с Женщиной-Кошкой, которая обольщает Бэтмена/Уэйна под видом Китаньи Ирины Татьяни Каренской-Алисовой, «мисс Китки» — якобы русской журналистки из советской газеты «Московская правда». В свою очередь, Адам Уэст в роли Брюса Уэйна/Бэтмена в смокинге, ухаживая за мисс Китки, явно зеркалит Шона Коннери в бондиане. Один из самых смешных и абсолютно невероятных эпизодов — попытка Бэтмена обезвредить готовую взорваться бомбу, обнаруженную в хранилище злодеев на пирсе. Супергерою не прихо-

дит в голову призвать народ к эвакуации; он мечется с бомбой, у которой горит фитиль, пытаясь найти место, куда бы ее бросить, но ему мешают то марширующий оркестр, то целующаяся в лодке парочка, то няньки с колясками, а то плывущие по волнам утки. И Бэтмен произносит одну из многочисленных забавных реплик: «В иной день просто нельзя избавиться от бомбы!». И здесь нельзя не почувствовать отголоски той реальности, от которой стремились отмежевать свою публику создатели фильма.



Рис. 2. Титр к фильму «Бэтмен», 1966⁴

Однако фильм Мартинсона с его нарочитой карикатурностью и гиперболизацией слишком стремится к откровенной кэмпизации. Между тем, с точки зрения С. Сонтаг, если сущность кэмпя заключается в его пристрастии к неестественному, искусственному и преувеличенному, то наиболее удачный кэмп — непреднамеренный, тот, что сохраняет определенную серьезность, «спокойствие интонации» (Сонтаг, 2014, с. 296–297). В зазоре между намеренной серьезностью и самопародийностью родится настоящий кэмп, значимость и художественная ценность которого состоят в двойственности интерпретации, возможности извлечь из произведения более глубокий смысл, нежели тот, что лежит на поверхности, и даже противоречащий ему. «Бэтмен» же 1966 года с его нарочито нелепым сюжетом, сотканным из цепи гэгов, слишком дурашлив, перенасыщен деталями, призванными впечатлеть бурлескной бравадой, так что, вполне соответствуя характеристикам *quirky*, в категорию *smart cinema* он явно не вписывается. Его, скорее, можно сравнить с ранней американской эксцентрической комедией, даже слэпстиком.

⁴ Источник изображения см.: URL: <https://annyas.com/screenshots/updates/batman-1966/> (дата обращения: 28.03.2022; для доступа к странице сайта, где размещено представленное выше изображение, необходима регистрация).

Тем не менее с точки зрения идеологии кэмпя этот фильм состоялся как социальный факт. Как пишет С. Сонтаг, «на что отзывается кэмповский вкус, так это на бросающийся в глаза “характер”, личность, представляющую одну себя, и притом очень напористо» (Сонтаг, 2014, с. 300–301). А характеры Бэтмена и Робина в данном случае, пусть чрезмерно гиперболизированно, но зато достаточно определенно вычерчены, и им не мешает отсутствие глубины. В этом плане фильм в определенной степени выполнил свой социальный заказ на создание образов идеальных героев-защитников. «Как приятно сознавать, что они всегда начеку!» — благодушно произносит сидящий с женой за чайным столом в уютном дворике обыватель, видя летящий бэт-коптер. Более того, «Бэтмен» Мартинсона решил еще одну и, пожалуй, более важную задачу: показал, что запретительные меры в сфере искусства недолговечны, и блокада запретов и регламентаций будет тем или иным способом если не разрушена, то, по крайней мере, обойдена. Таким образом, фильм стал художественно и социально частью контркультуры. Кроме всего прочего, кинокомикс на примере «Бэтмена»-66 доказал, что этот универсальный жанр, развивающийся в современной ему социальной и художественной парадигме, временно отступая в тень, способен к обновлению и возрождению, в том числе в неожиданных формах, привлекающих новые слои зрительской аудитории.

«ДЭДПУЛ» И ТРАНСМЕДИЙНЫЙ НАРРАТИВ

Одна из важнейших характеристик кэмпя — его изменчивость, даже устаревание некоторых его проявлений, что, должно быть, замечает сегодняшний зритель «Бэтмена»-66, которому фильм наверняка покажется слишком наивным. Здесь в качестве контрпримера уместно привести дилогию «Дэдпул» как гораздо более изощренный продукт, своего рода вариант кэмпового *quirky*-фильма, на которую, на мой взгляд, можно поставить в ряд *smart cinema*. Джеймс Макдауэлл, ссылаясь на «Заметки о кэмпе» (MacDowell, 2010, р. 2), упоминает «невыразимость» восприимчивости, ибо, будучи втиснутой в шаблон, она «затвердевает в идею», а значит, теряет свою сущностную характеристику — способность воздействовать преимущественно на психологию зрителя, а не на его рефлексивные способности (Сонтаг, 2014, с. 290). И в этом его уникальность и привлекательность. Именно восприимчивость ставит в центр своего рассмотрения Джеймс Макдауэлл. Эта категория выводит *quirky* за пределы жанровой определенности. Однотипные герои и ситуации, игра со стилистическими конвенциями, повторяющиеся темы провоцируют особого рода восприятие, обеспечиваемое своеобразной тональностью.

Заглавный герой дилогии — Уэйд Уинстон Уилсон, взявший себе имя Дэдпул (это слово обозначает тотализатор, где делаются ставки на смерть знаменитостей), впервые появился в рисованных комиксах художника Роба Лайфелда и писателя Фабьена Нисизы в 1991 году. В 2009 году он возник на экране в фильме Гэвина Худа «Люди Икс: Начало. Росомаха». (Роль Дэдпула исполнили два актера — Райан Рейнольдс и Скотт Эдкинс.) А в 2016 году на экраны вышел «Дэдпул» Тима Миллера по сценарию Ретта Ривза и Пола Верника с Рейнольдсом в заглавной роли, где рассказывалась история бывшего оперативника спецслужб, а потом наемника Уэйда Уинстона. Фильму сопутствовал ошеломительный успех. В числе прочих призов он получил две номинации на «Золотой глобус» — за лучший фильм и за лучшую главную роль. Со скромным бюджетом в 58 миллионов долларов и при ограничивающей аудиторию прокатной R-категории (зрители до 17 лет допускаются только в сопровождении взрослых), но под эгидой мейджора «20th Century Fox» и компании «Marvel Entertainment» к началу 2022 года он собрал в мировом прокате около 783 миллионов и стал самым кассовым фильмом франшизы «Люди Икс» и вообще фильмов R-категории. А вместе с сиквелом «Дэдпул 2» (2018) Дэвида Литча (к сценаристам Ризу и Вернику присоединился актер Р. Рейнольдс), на этот раз с увеличенным, но не особенно значительно, бюджетом, кассовые сборы составили более полутора миллиарда долларов.

Главная особенность «Дэдпула» заключается в том, что его создатели отказались от известной формулы супергеройского кино с отчетливым противопоставлением героя и антагониста, поставив в центр образ антигероя, превращающегося в супергероя. Дилогия наполнена саркастическим юмором, кровавыми сценами и жестоким насилием, а вместе с тем лиризмом. Лирическая линия связана с трагической историей любви Уэйда и проститутки Ванессы, убитой бандитами. Винивший себя в ее смерти Уэйд несколько раз экстравагантными способами пытался покончить жизнь самоубийством, но безуспешно, потому что в результате медицинского эксперимента, избавившего его от смертельной болезни, получил способность к регенерации. Киновед Джейн Кэтрин Сайбл даже находит сходство Уэйда с героями-рыцарями артуровского цикла, в частности, с Ланселотом, отмечая в качестве нового свойства современного комиксового антигероя помещение на пик его «арки» любовь (Sible, 2020, p. 20). Следует отметить, что образ антигероя, перестающего быть таковым, занимает все более важное место в современной мировой кино- и телепродукции. При этом, как пишет А.В. Тарасова, «исцелению» такого «нестандартного» персонажа, часто страдающего от одиночества и пережитой драмы, «способствуют эмоциональные связи» (Тарасова, 2021, с. 113), в том числе семейные, что вполне корреспондирует с образом Дэдпула, мечтавшего о том, чтобы завести нормальную семью и ребенка.

В целом это альтернативный по отношению к сложившему контенту супергеройского кино и его художественно-идеологическим конвенциям фильм, где, к примеру, использование обценной лексики сочетается с использованием как будто исполненных детской рукой рисунков по мотивам сюжета. Как и в фильме Мартинсона, здесь обыгрывается номенклатура многочисленных нарративных клише, от закадровой истории персонажей, которых роднит тяжелое детство, до их статуса — бывшего наемника-мстителя, обозленного жестоким обращением (в процессе производившихся над ним манипуляций было обезображено его лицо) и проститутки с золотым сердцем. Однако этот прием представляет собой оригинальный тип деконструкции мейнстримного кино в виде спонтанных смещений, сдвигов смыслов. Эта тактика вызывает неопределенность, маргинальность, а, следовательно, единичность и уникальность диалогии, одновременно намекающих и на невозможность выйти за пределы супергеройского фильма, что подчеркивается в дальнейшем вектором развития образа Дэдпула, вписывающегося во вселенную Marvel. Недавно Макдауэлл упоминает, что *quirky* не нацелен на аудиторию, расположенную к авангардному кино, и даже напротив. По-видимому, речь может идти о так называемой «третьей», а именно лиминальной (пороговой) аудитории, одновременно востребующей и отвергающей сложившиеся иерархические конструкции, о чем, в частности, пишет в своей диссертации американский киновед Лора Кэннинг (Canning, 2014).

Начиная с титров, «Дэдпул» демонстративно конструируется как автореференциальный, насмешливо-ироничный фильм, демонстрирующий постмодернистский прием избавления от формульных клише самим их настоящим акцентированием. Особая тональность окрашивает каждый компонент произведения — сюжет, персонажный корпус, событийный ряд. «Дэдпул» строится как традиционный нарративный голливудский фильм, входящий в зонтичную структуру кинокомикса, вбирающую в себя элементы экшена, драмы, комедии, фантастики и иногда даже трагедии. (С. Сонтаг писала, что трагедийность кэмпу противопоставлена, однако в данном случае, на наш взгляд, имеет место изменение, на что он с течением времени, по ее же мнению, обречен.) Заглавный герой комментирует фильм, начиная с послетитровых кадров. В красном супергеройском костюме, имитирующем костюм Человека-паука, но имеющем прагматическую цель — скрыть следы крови после проведенных над ним медицинских экспериментов; с двумя катанами за спиной, он, слегка насмешничая над верностью зрителя, столь долго ожидавшего настоящего начала фильма, и над кастингом картины, намекая на собственную способность к телекинезу, пророчесствует насчет будущего франшизы, в частности, обещая появление легко перемещающегося во времени мутанта Кейбла. Разрушая «четвертую стену», Дэдпул на протяжении

фильма многократно обращается к зрителю, глядя в камеру, в том числе характеризуя самого себя и свое нежелание стать супергероем: «Да, я может и супер, но не герой!».



Рис. 3. Дэдпул — обои на рабочий стол⁵

Автокомментарии персонажей в кадре, слом «четвертой стены» в данном случае приобретают особый смысл. Новизна «Дэдпула» заключается главным образом в том, что персонаж выходит за пространство фильма. Характеризуя Дэдпула в этом качестве и рассматривая его историю в метафизическом ключе, Е.А. Иваненко отмечает, что в его случае имеет место даже «заигрывание с онтологическими границами миров», помещающее его в «игру в мироздание» (Иваненко, 2020).

Дэдпул подает зрителю знак, что понимает: сам он — фиктивная личность, играющий предложенную ему роль исполнитель. Комментируя события, Дэдпул вытирает запотевший объектив камеры; он знает, что происходит за съемочной площадкой и по ходу дела дает указания съемочной группе насчет саундтрека. Более того, в тот момент, когда Уэйд вспоминает, выключил ли дома плиту, он просит использовать прием *slow motion* (замедление происходящего действия за счет ускоренной съемки) — мол, дайте мне время сосредоточиться. Дэдпул иронично сетует на скромный бюджет фильма, в котором сам фигурирует, в связи с чем в группу не назначили статусных представителей команды Икс, ограничившись эпизодическими — Колоссом и Сверхзвуковой Боеголовкой. Дэдпул останавливает зрительское внимание на ключевых сюжетных моментах, явно акцентирующих стереотипность:

⁵ Источник изображения: URL: <https://wallcloud.net/ru/wallpaper/films/marvel-deadpool-movie/108r> (дата обращения: 27.03.2022).

«Каждый хороший фильм начинается с убийства, но эта история начинается как love story, а финал выглядит как happy end». Нужную тональность задают титры с превалированием самоиронии. Ироничность усиливается к финалу, когда собравший свою команду Дэдпул сообщает зрителю, что его всегда возмущало название «Люди Икс» (X-Men, т.е. «Мужчины Икс»). В соответствии с духом времени и пафосом гендерного баланса он театрально провозглашает: «Мы будем называться гендерно нейтрально: “Отряд Икс”!», самой этой декларацией в контексте забавной ситуации иронизируя над издержками «культуры отмены».

Выбрав для анализа в своей статье о стилистике *quirky* определенный корпус новейших комедий, Макдауэлл подчеркивает их «необидный» характер, помогающий им избежать трансгрессии. Однако обилие кровавых эпизодов в «Дэдпуле» как раз говорит о том, что в данном случае трансгрессии избежать не удалось, а именно ее называет Джефффри Сконс в качестве одной из примет *smart cinema*, что приводит к выводу о том, что это не просто *quirky*. Точнее — не только, ибо в данном случае мы, скорее, имеем дело именно с вариацией *smart cinema* под маской *quirky*. Например, создатели фильма прибегают к самоиронии как лучшему способу обезопасить себя от обвинений в оскорблениях — самоназыванию, которое служит надежной автореабилитацией. На вступительных титрах вместо обычного перечисления съемочной группы и актеров «Дэдпул» начинает игру со зрителем с насмешливых, если не сказать издевательских ярлыков вместо имен: «фильм от какого-то придурка», сценаристы — «недопонятые гении» и т.п. В одном из эпизодов сиквела Дэдпул бросает Кейблу: «Заткнись, Танос!». Кейбла сыграл Джош Бролин, который выступил в роли злокозненного титана Таноса в фильме Энтони Руссо и Джо Руссо «Мстители: Война бесконечности», вышедшем в тот же год, — это один из приемов, используемых в диалогии для акцентирования искусственности того, что зритель видит на экране.

Вот еще один знаковый пример. К моменту релиза «Дэдпула» (то есть до появления в 2021 году телесериала «Соколиный глаз») среди фанатов марвеловской вселенной бытовало мнение, что Соколиный глаз является в ней совершенно бесполезным. И в минуту отчаяния Дэдпул патетически восклицает: «Дайте мне лук и стрелы, я же просто Соколиный глаз!». Все это служит маркетинговым приемом для подключения аудитории к массиву марвеловских фильмов.

Однако нельзя не отметить, что наряду со словом «четвертой стены» и использованием номенклатуры шаблонов здесь просматривается намек на исчерпанность традиционной матрицы супергеройского кино и одновременно открытие новых векторов развития структуры кинокомикса, экстравагантно вписывающегося в контекст *smart cinema*. А самого Дэдпула исследователь

комикса Томаш Лукач называет трикстером. В персонажах комиксов не раз распознавали подобных неунывающих насмешников, но в данном случае Лукач говорит об обновлении самого типа героя, переходящего границы текста «через общую информацию о собственной персоне и характерных черт и ролей, которые он принимает или которые ему придаются авторами» (Lukáč, 2019, p. 51).

В конструировании своей киностратегии команда «Marvel» воспользовалась личным опытом в публикации печатных комиксов, создания вселенной со своим нарративом, корпусом героев и тематикой, живущей по законам, имеющей собственную историю. Дэдпул выступает в качестве фигуры, которую Андре Годро назвал «монстратором». Канадский кинотеоретик писал о том, что передача фильмической информации по необходимости синкретична, и включает в себя различные способы сигнификации (Gaudreault, 2009, p. 77). Можно сказать, что Дэдпул как монстратор — визуальный контрпартнер фильмического нарратора, то есть режиссера; он манипулирует реакциями зрителя и участвует в создании современного трансмедийного продукта. Как пишет Майк Макклири, «в постоянно развивающемся сетевом цифровом мире кино все менее воспринимается в его уникальном, определяемом ограниченными качествами виде, то есть за счет индивидуальных и независимых свойств, но все более за счет его полисемии, полиэстетики, полинарративности, множественности и разветвленности взаимосвязей» (McCleary, 2019, p. 125).

А потребитель-зритель, выходя за пределы повседневной реальности, включается в новую общность фанатов, в которой через фансайты и соцсети возрождаются элементы архаичной устной культуры. Густо насыщенные событиями фильмы порождают вариативность восприятия и понимания, заставляя зрителя пересматривать картину, обращаться к графическим первоисточникам, телевизионным вариантам и активно все это обсуждать. Изучив современную рекламу фильмов, Марика Вало отмечает, что с началом века и особенно в последнем десятилетии маркетинговая стратегия сместилась в область online. При этом «недостаточно знать целевую аудиторию и строить рекламную кампанию в расчете на нее; необходимо знать, где эта аудитория находится. Все важнее становится детально знать свою аудиторию и ориентироваться на те онлайн-платформы, которые ее используют» (Valo, 2018, p. 35). Так, например, перед Хэллоуином «Marvel» выпустила видеоклип с Дэдпулом, рекрутирующим в свою команду супергероев детей. А перед Рождеством — часовое видео с Дэдпулом на YouTube. Р. Рейнольдс регулярно пишет о фильмах и его герое в Twitter'e. Кроме всего прочего, «20th Century Fox» выпустила серию эмодзи для смартфонов с изображением Дэдпула.

Веб-сайт и реклама «Дэдпула» стали площадкой спецификации теории медиа-конвергенции, интегрировавшей различные медиа-функции, обраща-

ясь к разному опыту пользователей. На сайте можно свободно знакомиться с синопсисом фильмов, критическими статьями о них, с визуальным контентом, видеотрейлерами и аудиоподкастами, а также через один клик подключиться к социальным сетям и принять участие в обсуждении.

Многочисленные онлайн-базы данных, в том числе «Marvel Cinematic Universe Wiki»⁶ и «Marvel Movies Wiki»⁷ собирают всю информацию о вселенной и ее обитателях, фаны реконструируют каждую деталь в виде биографических статей или расшифровки скрытых посланий-пасхалок. В итоге акцент переносится с самого фильма на его восприятие. В иммерсивном пространстве, организованном новыми технологиями, автор как субъект утрачивает свое иерархическое преимущество. И не только автор — достоянием фанов в большой мере становится и маркетинг, получающий всепроникающий и бесплатный для продюсеров доступ. Многие состоявшие комиксмейкеры используют свои личные странички для прямого общения с фанатами, получая непосредственную реакцию на свое творчество. В итоге «Marvel» реконцептуализировала себя из издателя комиксов в компанию-держательницу интеллектуальной собственности, извлекающей прибыль из лицензирования фильмов, игр, телесериалов, игрушек и разнообразного мерча.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Феномен комикса как трансмедийного нарратива представляет собой одну из форм коммуникации, которая вовлекает в зону аттрактивности зрителей, превращая их в участников действия. Эта ситуация фактически инструментализирует социальную коммуникацию, масштабируя коммуникацию посредством медийных платформ, что способствует созданию специфической взаимозависимости между отдельным индивидом и обществом в целом. Достоинством этого иммерсивного процесса, как подчеркивает Г.П. Бакулев, исследуя трансмедийность в сериальной продукции, является то, что «символический материал», нелинейно распределяемый на разных медиаплатформах, «помогает публике осмысленно конструировать свои жизненные миры в конкретных социокультурных контекстах» (Бакулев, 2020, с. 140). При этом разнообразные дискурсы как способ выражения точек зрения (голосов) порождают диалог. Таким образом расширяется, дополняется сюжетное пове-

⁶ URL: https://marvelcinematicuniverse.fandom.com/wiki/Marvel_Cinematic_Universe_Wiki (дата обращения: 28.03.2022).

⁷ URL: https://marvel-movies.fandom.com/wiki/Marvel_Movies (дата обращения: 28.03.2022).

ствование, создавая трансмедийный нарратив. В особом игровом пространстве, где представители разных социальных групп общаются свободнее, чем в обычной жизни, адресат, он же соучастник диалога, провоцируется на создание смыслов, поскольку социально-дискурсивная природа коммуникации основывается на общеизвестном социальном дискурсе кинокомикса, становящегося не только забавным и увлекательным *quirky*, но и «умным кино».

REFERENCES

1. Bakulev, G.P. (2020). Transmediynnyy storitelling: Primeta tsifrovoy mediasredy [Transmedia storytelling: A feature of the digital media world]. *Vestnik VGIK*, 12 (1), 130–140. (In Russ.) Retrieved January 15, 2022, from <https://vestnik-vgik.com/2074-0832/article/view/34814/pdf>
2. Canning, L. (2014). *Smart cinema as trans-generic mode: A study of industrial transgression and assimilation 1990–2005* [PhD thesis, Dublin City University].
3. Gaudreault, A. (2009). Early narratology: Mimesis and diegesis. In A. Gaudreault (Ed.), T. Barnard (Trans.), *From Plato to Lumière: Narration and monstration in literature and cinema* (pp. 38–51). University of Toronto Press. <https://doi.org/10.3138/9781442688148>
4. Hirschberg, L. (2005, July 31). The last of the indies. *The New York Times*, (31), 18–21.
5. Ivanenko, E.A. (2020). Dedpul i teoditseya: Mir spravedlivoy smerti [Deadpool and theodicy: A world of just death]. *Mezhdunarodnyy zhurnal issledovaniy kul'tury*, (2), 64–78. (In Russ.) <https://doi.org/10.24411/2079-1100-2020-00022>
6. MacDowell, J. (2010). Notes on quirky movie. *A Journal of Film Criticism*, (1), 1–16.
7. Lukáč, T. (2019). *Deadpool—anti-hero, trickster? Both, neither?* [Master's diploma thesis, Masaryk University].
8. McCleary, M.E. (2019). *Never seen before—again: Aesthetic adaptation and transmedia storytelling networks in the age of digital cinema* [Doctoral dissertation, Wilfrid Laurier University].
9. Sconce, J. (2002). Irony, nihilism, and the new American “smart” cinema. *Screen*, 43 (4), 249–269.
10. Sible, J.K. (2020). *Sir Deadpool: A revival of Arthurian morals in modern anti-heroes* [Honors Program theses, University of Northern Iowa].
11. Sontag, S. (1964). Notes on “Camp.” *Partisan Review*, 31 (4), 515–530.
12. Sontag, S. (2014). Zаметki o kempe [Notes on camp] (S. Kuznetsov, Trans.). In S. Sontag, *Protiv interpretatsii i drugie esse* [Against interpretation and other essays] (pp. 289–301). Moscow: Ad Marginem Press. (In Russ.)
13. Tarasova, A.V. (2021). Antigeroy v prostranstve yuzhnokoreyskogo seriala: normal'no li byt' nenormal'ny'm? [An antihero in the space of a South Korean drama: Is it okay to not be okay?]. *The Art and Science of Television*, 17 (3), 96–117. (In Russ.) <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2021-17.3-96-117>

14. Tsyarkun, N.A. (2020). *Vselennaya supergeroev: Amerikanskiy kinokomiks: Istoriya i mifologiya* [Superhero universe: The history and mythology of American comic books movies]. Moscow; Yekaterinburg: Kabinetnyy uchenyy. (In Russ.)
15. Tsyarkun, N.A. (2013). Estetika kempa i kinokomiks [Aesthetics of camp and movie-comics]. *Vestnik VGIK*, 5 (3), 96–104. (In Russ.)
16. Turovskaya, M.I. (1971). *Geroi «bezgeroynogo vremeni»: Zametki o nekanonicheskikh zhanrakh* (Heroes of the heroless time: Notes on non-canonical genres). Moscow: Iskusstvo.
17. Valo, M. (2018). *How film marketing has changed in the last decade* [Bachelor thesis, Helsinki: Metropolia University].

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакулев Г.П. Трансмедийный сторителлинг: примета цифровой медиасреды // Вестник ВГИК. 2020. Т. 12. № 1. С. 130–140. URL: <https://vestnik-vgik.com/2074-0832/article/view/34814/pdf> (дата обращения: 15.01.2022).
2. Иваненко Е.А. Дэдпул и теодицея: мир справедливой смерти // Международный журнал исследований культуры. 2020. № 2 (39). С. 64–78. DOI: 10.24411/2079-1100-2020-00022
3. Сонтаг С. Заметки о кэмпе / пер. с англ. С. Кузнецова // Сонтаг С. Против интерпретации и другие эссе. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. С. 289–301.
4. Тарасова А.В. Антигерой в пространстве южнокорейского сериала: нормально ли быть ненормальным? // Наука телевидения. 2021. № 17 (3). С. 96–117. DOI: 10.30628/1994-9529-2021-17.3-96-117
5. Туровская М.И. Герои «безгеройного времени»: Заметки о неканонических жанрах. М.: Искусство, 1971. 239 с.
6. Цыркун Н.А. Вселенная супергероев. Американский кинокомикс. История и мифология. М.; Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2020. 320 с.
7. Цыркун Н.А. Эстетика кэмп и кинокомикс // Вестник ВГИК. 2013. Т. 5. № 3. С. 96–104.
8. Canning L. Smart cinema as trans-generic mode: a study of industrial transgression and assimilation 1990–2005: PhD Thesis. Dublin: Dublin City University, 2014. 319 p.
9. Gaudreault A. Early Narratology: Mimesis and Diegesis // From Plato to Lumière [:] Narration and Monstration in Literature and Cinema / ed. A. Gaudreault; trans. T. Barnard. Toronto: University of Toronto Press, 2009. P. 38–51. DOI: 10.3138/9781442688148
10. Hirschberg L. The Last of the Indies // The New York Times. 2005. 31 июля. P. 18–21.
11. MacDowell J. Notes on Quirky Movie // A Journal of Film Criticism. 2010. № 1. P. 1–16.
12. Lukáč T. Deadpool – Anti-Hero, Trickster? Both, Neither? Master's Diploma Thesis. Brno: Masaryk University, 2020. 61 p.
13. McCleary M.E. Never Seen Before – Again: Aesthetic Adaptation and Transmedia Storytelling Networks in the Age of Digital Cinema: Doctoral dissertation. Wilfrid Laurier University, 2019. 305 p.

14. Sconce J. Irony, Nihilism, and the New American "Smart" Cinema // Screen. 2002. Vol. 43. No. 4. P. 249–269. DOI: 10.1093/screen/43.4.349
15. Sible J.K. Sir Deadpool: A Revival of Arthurian Morals in Modern Anti-Heroes: Honors Program Theses. Cedar Falls: University of Northern Iowa, 2020.
16. Sontag S. (1964). Notes on "Camp" // Partisan Review. 31 (4), pp. 515–530.
17. Valo M. How Film Marketing Has Changed in the Last Decade: Bachelor Thesis. Helsinki: Metropolia University, 2018. 40 p.

ABOUT THE AUTHOR

NINA A. TSYRKUN

Dr.Sci. (Art History),

Editor at the Foreign Cinema Department, *Iskusstvo Kino* journal
Arbat, 35, office 553, 119002, Moscow, Russia

ResearcherID: AFT-2358-2022

ORCID: 0000-0002-6723-5870

e-mail: tsyrkun@mail.ru

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

НИНА АЛЕКСАНДРОВНА ЦЫРКУН

доктор искусствоведения, редактор отдела зарубежного кино
журнала «Искусство кино»

119002, Россия, Москва, ул. Арбат, 35, офис 553

ResearcherID: AFT-2358-2022

ORCID: 0000-0002-6723-5870

e-mail: tsyrkun@mail.ru