



КИНО

И

**КОЛЛЕКТИВНАЯ
ИДЕНТИЧНОСТЬ**

Владимир Жидков

**Кино и коллективная
идентичность**

«ВГИК»

2013

УДК 778.5.01.067.2

ББК 85.374(2)

Жидков В. С.

Кино и коллективная идентичность / В. С. Жидков — «ВГИК»,
2013

ISBN 978-5-87149-162-1

Книга рассчитана на широкий круг исследователей и профессиональных участников кинематографической жизни современного российского общества. Это итог очередного этапа исследовательской работы социологов НИИ киноискусства (с 2012 г. – структурное подразделение Всероссийского государственного университета кинематографии имени С. А. Герасимова). Конечная цель осуществленной научной работы – поиск путей выхода отечественного кино из затяжного кризиса и информационно-социологическое обеспечение творческих и управленческих решений в условиях современной российской кинокультуры, под влиянием глобализации все больше сползающей в русло постнационального развития. Результаты предыдущей социологической работы заинтересованному читателю известны по ранее изданным книгам: «Киноаудитория на этапе перехода к рынку» (1994), «Под знаком вестернизации (Кино – публика – воздействие)» (1995), «Испытание конкуренцией: отечественное кино и новое поколение зрителей» (1997), «Кино: пути от фильма к зрителю» (1998), «Кино в современном обществе: функции, воздействие, востребованность» (2000), «Кино: реалии и вызовы глобализации» (2002), «Феномен массовости кино» (2004), «Насилие в зеркале аудиовизуальной культуры» (2005), «Полюса кинопроцесса: притяжение и отталкивание» (2006), «Кинопроцесс в коммуникативной перспективе» (2008), «Социокультурная драма кинематографа. Аналитическая летопись (1969-2005 гг.)» (2009), «Кинематограф – зеркало или молот? Кинокоммуникация как социокультурная практика» (2010), «Социология и кинематограф» (2012), «Кино и его аудитория. Аналитическая летопись взаимоотношений (1969-2010 гг.)» (2013).

УДК 778.5.01.067.2

ББК 85.374(2)

ISBN 978-5-87149-162-1

© Жидков В. С., 2013

© ВГИК, 2013

Содержание

Введение	7
Литература	12
Часть первая. Социальное регулирование кинопроцесса	13
Глава I. Механизмы социальной организации кинопроцесса	13
§ 1. В силовом поле Голливуда	13
§ 2. Коллективное «мы» и его формирование	15
§ 3. Союз рынка, государства и общественности	18
§ 4. Почему необходимо регулирование «сверху»?	20
§ 5. Оценка фильма в системе социального контроля	23
§ 6. «Анатомия» общественной ценности фильма	23
§ 7. Социальные санкции в пространстве кинопроцесса	24
Конец ознакомительного фрагмента.	26

**Владимир Жидков, Николай
Хренов, Анатолий Антонов,
Михаил Жабский, Ольга Лебедь**
Кино и коллективная идентичность

© ВГИК, 2013

Введение

Разные поколения исследователей традиционно отмечали огромные возможности кино оказывать мощное воздействие на умонастроение социума. Основанием для такого заключения долгое время была, прежде всего, сама природа экранного зрелища. Будучи синтетическим искусством, кино универсально по спектру своих выразительных возможностей. Обращалось внимание и на особенность социального функционирования кинозрелища – его универсализм по спектру охвата социальных слоев населения. Одной и той же истории, рассказанной языком кино, внемлют стар и млад, богатые и бедные, высоко образованные и неграмотные, жители страны производства и живущие за ее пределами. Восприятие национального кинозрелища в пределах страны его производства, воссоздающего образы людей данного социума, строй их чувств и верований, мыслей и действий, ожиданий и опасений, придает кинематографу особую общественную значимость. При соответствующей постановке дела, кинематограф может стать мощнейшим средством образного выражения и распространения духовного опыта нации, укрепления на этой основе ее социально-психологического стержня – коллективной идентичности как средства единения человека и социума, интеграции общества в целом.

Впервые со всей убедительностью об этой своей способности заявил немой кинематограф США в начале XX века. Миллионам иммигрантов, не знавшим английского языка, он, тем не менее, рассказывал, что представляет собой новая для них страна, каковы ее нормы и ценности. Но так сложилось, что к вопросу о коллективной идентичности значительный интерес социальная наука проявила лишь в 1970-1980 гг., а в науке о кино разработка этой проблемы только начинается.

Что касается российской социологии кино, ее познавательный интерес к данному феномену имеет под собой серьезную объективную основу. Кризис коллективной идентичности, порожденный развитием индивидуализма и другими процессами переходного периода, – реальность, в которой пребывает страна сегодня. Его глубина и размах, проявляемые в оттоке и притоке населения, в межэтнических конфликтах, приобретают в отношении связности социума угрожающий характер, затрагивают объективные геополитические интересы государства. Настоятельно требуются меры целенаправленного противодействия, в котором важную роль может сыграть поддерживаемое государством национальное кино в качестве потенциально влиятельного фактора интеграции человеческих множеств вокруг основополагающих ценностей российского общества. Мы говорим именно о потенциальной роли национального кино в формировании коллективной идентичности, в частности, потому, что реально его возможности сильно ограничены аттрактивно-коммуникативной мощью Голливуда.

В этом положении Россия и ее кинематограф, впрочем, не одиноки. В существующих условиях национальные государства вынуждены оказывать финансовую помощь своему кинематографу, выдвигая разные аргументы – в зависимости от того, какая составляющая многосложной природы кино принимается во внимание в первую очередь – экономическая или культурная. Большие страны, как отмечает норвежский статистик Н. Аас [1, с. 480], апеллируют, прежде всего, к экономическим аргументам: киноде является частью народно-хозяйственного комплекса, внутренний рынок необходимо обеспечивать местным продуктом, кинопроизводство может внести свой вклад в валовый национальный продукт и решение проблемы занятости. В малых странах, напротив, аргументация отталкивается от значимости культурной составляющей кинематографии. На передний план выходят представления о кино как культурной необходимости, соображения о воспроизводстве средствами кино национальных ценностей, сохранения культурного разнообразия и культурной уникальности, осуществления культурного влияния и т. д. Например, норвежская модель государственной поддержки фильмопроизводства, введенная в 1992 г., обосновывалась ссылками на необходимость функ-

ционирования «качественных фильмов на норвежском языке, базирующихся на норвежской культуре, природе, современной жизни и традициях рассказывания историй» (там же). Этот традиционный способ аргументации, связанный с признанием важной регулирующей роли национального государства в кинематографической жизни общества, в условиях современной глобализации с прессингом ее наднациональных институтов подвергается значительному давлению и фактически постоянно испытывается на прочность.

Вместе с тем основополагающие методологические ориентиры сформулированы и широко известны. В начале 1980-х гг. занимавшийся вопросами культуры французский дипломат Ж. Тюбо констатировал: «Урок, преподнесенный Европе в последние двадцать лет, ясен: не может быть национального кинематографа без политики поддержки национального кино» [2]. Этот же урок, только двумя десятилетиями позже, объективно преподнесен и России. Государственным чиновникам, ответственным за функционирование кино в обществе, с особым вниманием необходимо отнестись также к следующему предостережению Ф. Миттерана: «Творения духа, – утверждал некогда президент Франции, защищая национальные кинематографии от глобализационных угроз, – не являются всего лишь товарами; элементы культуры не являются чистым бизнесом. На карте культурная идентичность всех наших наций... Это вопрос о свободе создавать и выбирать наши собственные имиджи. Общество, которое лишится средств изображения себя, будет поработанным обществом» [3].

Кинематограф является одним из тех средств, в отношении которых общество в многочисленных странах располагает весьма ограниченными возможностями изображать себя и с должной эффективностью воспроизводить свою коллективную идентичность. Причастность кинематографа к проблеме коллективной идентичности в настоящей монографии рассматривается в трех аспектах и, соответственно, в трех ее частях. Первая часть – «Социальное регулирование кинопроцесса» – посвящена в основном теоретико-методологическим проблемам. В главе «Механизмы социальной организации кинопроцесса» (М.И. Жабский) рассматривается комплекс вопросов, связанных с социальной технологией производства коллективной идентичности средствами кинематографа в условиях модернизирующейся России. Автор отталкивается от мысли, что социальная организация кинопроцесса должна быть глубоко обоснованной, рациональной в постановке целей, определении своего объекта и выборе средств действия. Эти большей частью концептуальные вопросы в их взаимосвязи и анализируются в главе. Анализ основывается на понимании кинематографа как действенного средства производства духовных потенциалов человека – производства, которое начинается с художественного замысла и завершается зрительским восприятием и осмыслением фильма, образованием некоего «осадка» в социально-ролевой (кинозрительской) и шире – личностной и коллективной идентичности. По-настоящему эффективная социальная организация кинопроцесса возможна при условии, что с позиций общенациональных интересов обоснованно определена ее цель, пристальное внимание уделяется конечному результату и всему процессу, ведущему к нему.

В главе «Кино в современной культуре: опыт системного подхода» (В. С. Жидков) предпринимается попытка рассмотреть кинопроцесс как один из наиболее значительных элементов общей системы художественной культуры, связанной с формированием и поддержанием коллективной идентичности. Автор анализирует кинопроцесс как систему, в свою очередь, состоящую из включенных в нее подсистем, взаимодействующих как с системой художественной культуры в целом, так и с социокультурной средой, в которую погружена художественная культура. Данная постановка вопроса продиктована тем обстоятельством, что кино влияет на воспроизводство коллективной идентичности нации или других общностей не изолированно, а в широком потоке всей культурной жизни общества.

В семи главах второй части «Кино в функции формирования и поддержания коллективной идентичности: эпоха гештальта рабочего» (Н. А. Хренов) рассматривается специфическая функции кино, которая была присуща ему на всех этапах его истории, однако в науке о кино

обстоятельно не изучалась. Обращаясь к этой функции, автор отталкивается от мысли, что исследователи, выходявшие за пределы искусствоведческой постановки вопроса, обычно ограничивались констатацией осуществляемых кино познавательных, воспитательных и прочих его функций. Что же касается роли кинематографа в формировании и поддержании коллективной идентичности, до сегодняшнего дня она оставалась вне поля зрения. И это при том, что коллективная идентичность советского человека, рабочего в частности, формировалась не без участия кино. А что касается искусства, то, может быть, в большей степени именно с помощью кино. Активность советского кинематографа в формировании и поддержании коллективной идентичности объяснялась, с одной стороны, потенциалом его воздействия на народные массы, а с другой, – ломкой старой и созданием новой системы общественных отношений, функционирование которых предполагало, как утверждали идеологи той поры, «переделку человека». Эта задача формирования новой коллективной идентичности и решалась в Советском Союзе с помощью кино.

Весьма значимым аспектом функционирования кино как средства формирования и поддержания коллективной идентичности советских людей стало, полагает Н.А. Хренов, преодоление социальной аномии, неизбежно сопровождающей распад традиционных государственных организмов и в итоге делающей необходимым достижение солидарности на новой основе. В большевистском модернизационном проекте новой коллективной идентичности традиционные ее проявления – этнические, конфессиональные, культурные, национальные и т. д. – утрачивали былую нормативную значимость. Впоследствии распад СССР освободил их мощный взрывной потенциал, что привело в 1990-е гг. к разгулу суверенитетов и необходимости социальной стабилизации с участием армии. Вступив в полосу социальной аномии, Россия к настоящему времени полностью из этого состояния не вышла.

Под воздействием произошедших процессов социальные науки проявили интерес к проблеме коллективной идентичности. В данной работе Н.А. Хренова рассматривается роль кино, связанная с формированием коллективной идентичности в период советской истории, для которого характерно было декларированное лидерство (диктатура) рабочего класса. Автор обращается к советскому периоду в истории отечественного кино, называя его, воспользовавшись выражением Э. Юнгера, эпохой «гештальта рабочего», и интересуясь присущим ей специфическим языком, системой образов, стилистикой киноповествования.

Значительное внимание уделяется сакральным, фольклорным и мифологическим элементам в советском кино, что является продолжением поисков, начатых автором в предыдущих исследованиях [4, 5, 6]. В рамках поставленной проблемы затрагивается также воздействие на язык кино так называемого городского фольклора и формировавшегося в его границах варианта смеховой культуры. Избранный ракурс осмысления исследуемой эпохи в советском кино помогает выявить мифологические корни «культурных героев» новой истории.

Придавая огромное значение роли кино в формировании коллективной идентичности, Н. А. Хренов пытается заглянуть в процессы сегодняшнего дня, что вполне уместно. На глазах ныне живущего поколения произошел развал некогда монолитного союзного государства, что спровоцировало интенсивные процессы миграции и очередную волну эмиграции. Связанный с этим отрыв людей от привычной культуры и приспособление к условиям нового места жительства, кроме всего прочего, означает не только желание сменить свою социальную идентичность, но и кризис своей коллективной идентичности со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Автор подводит читателя к мысли, что миссия кинематографа, которая для создателей фильмов была латентной и не замечалась отечественными исследователями, а именно – миссия формирования и поддержания коллективной идентичности, превращается в явную и в высшей степени необходимую. Переходная эпоха, к которой относится рубеж XX–XXI вв., предъявляет к кино специфические требования, касающиеся его роли в качестве активного катали-

затора процессов созидания коллективной идентичности. Н. А. Хренов вносит свой вклад в понимание этой роли, повествуя о том опыте – позитивном и негативном, который демонстрирует советский кинематограф эпохи гештальта рабочего.

Третья часть монографии «Телекинематографическая картина семейного мира» содержит одну главу: «Репрезентация семьи и брака в кинопрограммах телевидения» (А.И. Антонов, О.Л. Лебедь). Глава посвящена изучению картины семейного мира, представленной в российских кино- и телефильмах на «малом экране». Авторы отталкиваются от мысли, что эти фильмы так или иначе участвуют в формировании неких образцов-ориентиров, по которым люди в реальной жизни выстраивают желательные (или возможные) варианты семейных и родственных отношений. Начинается этот процесс уже в детстве – в рамках семейно-коллективной самоидентификации ребенка, когда он начинает ощущать себя членом семейной группы и активно ищет модели, способы причисления себя к другим привлекательным группам. Свою роль при этом начинает играть и семейное телесмотрение.

Но что мы имеем в «сухом остатке»? Определенный ответ дает проведенный в двух вариациях контент-анализ репрезентативной выборки фильмов. О.Л. Лебедь применила традиционную для социологии схему контент-анализа. А.И. Антонов использовал подход, напоминающий широко известный анализ немецких фильмов Э. Кракауэром: внимательное прочтение картин под избранным углом зрения. Таковым являлось присутствие в фильмах просемейных и антисемейных фреймов. Имеется в виду понятие, введенное в социологию И. Гофманом. Фрейм – это комплекс представлений, которыми люди руководствуются, большей частью подсознательно, в процессе социального взаимодействия. С помощью этих представлений человек определяет, с одной стороны, в какой социальной ситуации он находится в конкретный момент, с кем или с каким событием имеет дело, а с другой – решает, как действовать в данном случае. Такого рода представления человек черпает из той культуры, которой он принадлежит. Следовательно, фреймы – нормативные представления, определяющие взаимодействие людей. Это идеология их повседневного взаимодействия между собой. В контексте понимания влияния кино важно то, что эту идеологию зритель главным образом бессознательно считывает с экрана и в той или иной мере усваивает ее.

Выполненный авторами анализ представленного на телеэкране кинозрелища показал, что в большинстве кинофильмов и телесериалов в той или иной мере высвечены семейная принадлежность и семейные судьбы персонажей. Зачастую сюжет строится в зависимости от брачно-семейных коллизий. В связи с апелляцией создателей фильмов к семейным мотивам возникают весьма тревожные вопросы. Что является при этом реальной побудительной причиной? Это солидарность с установкой государства на производство социально значимых фильмов и, соответственно, желание постичь драматические процессы, протекающие в данной ячейке общества, помочь людям в разрешении семейных коллизий или расчетливая установка на то, чтобы апелляцией к семейным мотивам драматизировать развлекательное кинозрелище, привлечь к нему зрительское внимание в расчете на коммерческий успех? В какой мере создатели фильма озабочены нынешним положением семьи в обществе и ее реальными проблемами, целями семейно-демографической политики, проводимой в России, и, безотносительно к этому, возможностью обеспечить кассовый успех своему продукту? Не обращается ли апелляция к семейным ценностям в экранную агрессию по отношению к ним? Пишу для размышлений на этот счет читатель найдет в позиционируемой части данного научного труда, для которой исходным фактическим материалом послужили результаты выполненного А.И. Антоновым и О.Л. Лебедь контент-анализа репрезентативной выборки экранных произведений, показанных в прайм-тайм по четырем каналам российского телевидения.

Авторы исходят из того, что современная семья переживает серьезный кризис. Ценности семьи, идентификация с которыми способствует превращению ее членов в сплоченное коллективное «мы», исторически ослабевали. Одновременно усиливались центробежные тенденции

в социально-психологическом пространстве коллективно-семейной идентичности. В итоге по историческим и сугубо злободневным причинам мы имеем в сегодняшней России массовое сиротство при живых родителях, бегство детей из семей, эпидемию бракоразводных процессов и т. д. Находящейся в бедственном положении семье, среди прочего, необходима серьезная психологическая поддержка, которую могло бы оказывать ей и поддерживаемое государством экранное искусство. Но что происходит на самом деле?

Предпринятый контент-анализ фильмов показал, что семейная тема получает одностороннее экранное воплощение. Семьи показаны большей частью как нестабильные, конфликтные, неполные, малодетные. Безоглядное воспевание романтики, хрупкости и чрезвычайной значимости любовных чувств к противоположному полу ценой разрушения уже имеющихся семей, детско-родительских отношений, родственных связей логично вызывает у авторов вопрос: «Как может быть новое прочным, стабильным и позитивным, если оно построено на обломках прошлых семей? Там не смогли сохранить, и дети не остановили, а здесь смогут?»

Несмотря на то, что государство стимулирует производство социально значимых фильмов, а семейная тема, быть может, как никакая другая относится к этой категории, и вопреки тому, что телевидение функционирует во многом за счет финансовой господдержки, на телеэкране мало фильмов, которых по праву можно было бы ожидать. Мало картин, увлекательно показывающих ход жизни большой и дружной полной семьи с детьми. Семьи со всеми событиями, ей предшествующими и ее сопровождающими: знакомство, свадьба, рождение детей и их воспитание, «оперение», болезни в семье, взаимовыручка и поддержка, материальные трудности, преодоление совместными усилиями сложных проблем, в частности, тех, с которыми семье приходится справляться в нынешнее переходное время.

В изученной телекинематографической картине семейной жизни обнаружено преобладание выбора стратегии семьеустройства с акцентом на интересах индивида, а не семьи как таковой, фактическое утверждение примата личностной идентичности над семейно-групповой. Авторы исследования приходят к выводу, что, де-факто утверждая (в качестве латентной функции кинозрелища) *естественным* право выбора создавать или не создавать семью, сохранять ее или не сохранять, рожать или не рожать детей, конкретный социум сильно рискует. Он рискует остаться без достаточно цельной или вовсе без семьи как первичного, а потому и самого мощного источника формирования национально-коллективной идентичности с ее перепотенциалом безусловной любви, доверия, самоотдачи и жертвенности.

В этом свете и в связи с тяжелым кризисом коллективной идентичности на уровне российской семьи уместно задаться вопросом о геополитической судьбе нашей страны и ее национального государства? «Первой ступенью и коренной формой всякой солидарности, – утверждал В. Соловьев, – является в животном мире и остается в мире человеческом родительская (в особенности материнская) любовь» [7, с. 375]. И далее: «Именно в этом простом корне... вырастает вся многосложность внутренних и внешних социальных связей» [там же]. Данную истину, заметим, хорошо понимают в США, где кандидатом в президенты гражданин предстает не сам по себе, а в его семейной оболочке. И во время инаугурации президента страна чувствует его семью в полном составе. Такое признание и утверждение ценности семьи как социального института дорогого стоит и в геополитическом смысле.

Литература

1. *Aas, N.K.* Challenges In European Cinema And Film Police. – Strasbourg, France: European Audiovisual Observatory, 2011.
2. *Mattelart, A.* European film policy and the response to Hollywood // *The Oxford Guide to Film Studies*. – Oxford, 1998.
3. *Shapiro, S.F.* The culture thief // *The New Rules*. 2000. Fall.
4. *Хренов Н.* Кино: реабилитация архетипической реальности // М., 2006.
5. *Хренов Н.* От эпохи бессознательного мифотворчества к эпохе рефлексии о мифе / Миф и художественное сознание XX века (Ответственный редактор Н. Хренов) // М., 2011.
6. *Хренов Н.* Мифология XX века в ракурсе психологии масс / Культурологические записки. Выпуск 13 // М., 2012.
7. *Соловьев В.С.* Чтения о богочеловечестве. Духовные основы жизни. Оправдание добра // Мн., 1999.

Часть первая. Социальное регулирование кинопроцесса

Глава I. Механизмы социальной организации кинопроцесса

Вопрос, обозначенный в названии настоящего научного труда, имеет прямое отношение к кинополитике, которую призвано осуществлять национальное государство. Характеризуя ситуацию в Западной Европе, Э. Хигсон отмечает, что государство вмешивается в кинопроцесс «лишь тогда, когда существует осязаемый страх перед потенциальной мощью иностранного кинематографа, и особенно, когда продукты – а следовательно, также идеология и ценности – зарубежного кино широко циркулируют внутри национального государства...» [1, с. 43]. В этой ситуации значительный интерес вызывают взаимоотношения в треугольнике «государство, кино и коллективная идентичность».

§ 1. В силовом поле Голливуда

Задаваться вопросом, так ли сегодня обстоит дело за пределами Западной Европы, включая Россию, нет смысла. Положение дел хорошо известно. Зреет также понимание того, что американские фильмы, доминируя в национальном кинопотреблении, оказывают денационализирующее влияние на исторически сложившуюся коллективную идентичность. Более того, подобное влияние осуществляется и через национальное кинопроизводство, вынужденное по причинам, на которых мы останавливаться не будем, следовать стандартам Голливуда. «Ни одна кинематография, – констатирует австралийский ученый О. Морен, – не избежала его силового поля, и исторически Голливуд в большой степени определил спектр опций для других кинематографий в экономическом и культурном плане. Таким образом...эти другие кинематографии по-разному имитировали Голливуд, пытались трансформировать и варьировать голливудскую модель или сопротивлялись и отвергали его пример в пользу альтернативной эстетики, способов финансирования, систем производства и дистрибуции, путей формирования аудитории и отношения к ней» [2, с. 7].

В странах с открытой рыночной экономикой сопротивление особыми успехами не увенчалось. Голливуд, как отмечает Э. Хигсон, является не только самой мощной в мире кинематографией, но и «натурализованной частью национальной культуры... Другими словами, Голливуд стал одной из тех культурных традиций, которые подпитывают так называемые национальные кинематографии, например, западных европейских наций» [1, с. 39]. В подтверждение своей точки зрения исследователь далее цитирует другого автора: «Голливуд вряд ли может быть понят... как нечто тотально другое, поскольку так много в кинокультуре любой нации внутренне является «Голливудом» (там же). Конечно, Голливуд тоже испытывает определенное влияние со стороны национальных кинематографий, к примеру, используя потенциал их творческих кадров. Но это не мешает ему оставаться частью американской культуры. Дело в том, что голливудское кино в отличие от российского или иного национального представляет собой экранное воплощение того, что люди делают, думают, чувствуют и чем владеют как члены совершенно другого – американского общества.

Такую социокультурную направленность Голливуда не отменяет тот факт, что здесь работают и оказывают свое культурное влияние режиссеры и актеры из других стран, что на географических просторах этих стран снимаются американские картины. Голливуд, несомненно, находится под определенным влиянием мирового кино. Надо, однако, видеть и другое. Кине-

матографии национальных государств функционируют и развиваются под куда более мощным воздействием Голливуда, который, особо подчеркнем, теснейшим образом интегрирован в систему экономических, социальных, политических и духовных отношений США. Как отмечает О. Морен, внешне кажется, что Голливуд функционирует всего лишь как частная инсти-туция вне сферы влияния государственного аппарата. На деле это не так: «Американское кино не существует в вакууме, причем, как в сфере международных отношений, так и внутри самих Соединенных Штатов» [3, с. 366].

Полной автономностью, утверждает исследователь, в собственной стране оно не обла-дает: «Находясь в частной собственности, Голливуд вместе с тем несет на себе печать глубо-кого влияния законодательства и регулирования со стороны муниципалитетов, штатов и феде-рального правительства, действий правительственных департаментов и агентств, а также более общих факторов, связанных с конституцией, отношениями в сфере труда, моральными нор-мами. Американское кино должно было также впитать в себя регулирование в отношении дру-гих сфер – таких как религия и политика» [там же, с. 366–367]. В пространстве России оно, естественно, распространяет нормы и ценности другой национальной культуры и их импорт-ные вариации, рассчитанные также на потребление за пределами собственных границ.

Под его влиянием, следовательно, могут происходить деструктивные процессы не только в кинематографической культуре, но и в национальной культуре в целом. Пренебрежение опре-деленной части молодежи к российскому кино, надо полагать, в какой-то степени оборачива-ется аналогичным отношением к российской культуре как таковой. Ведь «каждое поколение является носителем такой культуры, которая воспринята им в детстве и молодости в период социализации и воспитания» [4, с. 249]. В конечном счете, под угрозой оказывается «кон-сенсус относительно ценностей» (Т. Парсонс), являющийся главным условием коллективной идентичности и стабильности общества, что, между прочим, хорошо подтверждается реали-ями современной России.

Исследователей не должна вводить в заблуждение традиция в западной литературе, согласно которой, например, кино африканских стран рассматривается как национальное, а американское – как индустрия, популярные жанры и продвинутая технология. Глобальный голливудский фильм-продукт и явление американской кинокультуры, ориентированной на потребление ее продуктов мировой аудиторией преимущественно среднего класса, включая, естественно, и в первую очередь, аудиторию американскую хотя бы потому, что это самый крупный зрительский рынок в мире. Правда, исходя из современных реалий, многие западные авторы предпочитают говорить не о «национальном» кино, а о «кино национального государ-ства». Но в этой перспективе голливудские фильмы однозначно представляют собой кино кон-кретного национального государства.

Мысли Э. Хигсона, заметим, подтверждаются и производством российских фильмов с американской физиономией. Так, в официальном «Отчете об итогах работы Управления кинематографии Федерального агентства по культуре и кинематографии. 2005» читаем: «Несмотря на то, что эти картины не всегда сделаны в традициях отечественной киношколы, в них, как правило, отражена российская история, представлен российский быт, российский менталитет, и диалог со зрителем ведут с экрана его соотечественники. Тем самым в полной мере реали-зуется воспитательная и идеологическая функция кинематографа, поскольку для российского общества предпочтительнее, чтобы молодое поколение стремилось подражать лучшим пред-ставителям своей страны, а не зарубежным героям, особенно если они представлены не очень убедительно» [5, с. 8]. Впрочем, российские герои тоже не всегда представлены убедительно. К тому же, как отмечено в процитированном выше излишне пафосном отчете, российские фильмы занимают в среднем 20-25 % рынка (там же), а их культурная физиономия далеко не всегда национальная.

Процесс американизации, начинающийся с фильмопотребления, имеет и другое, более глубокое, проявление. Когда аудитория наших кинотеатров смотрит американские фильмы, от этого американской она не становится, а данный процесс частью кинематографической жизни американского общества не является. Кинопотребление остается российским по субъекту и специфике восприятия фильмов, характеру зрительского сотворчества. Этого, однако, нельзя сказать в отношении социокультурных последствий. Возможности воспроизводства национальной культуры, существующей коллективной идентичности в таком случае заключаются в пределах общечеловеческих ценностей. Преобладает инокультурное влияние с соответствующими последствиями для национальной картины мира.

Проблема здесь не только культурная, связанная с униформизацией и регрессом национальной культуры, но и политическая. В контексте мировой политики внедрение глобальной кинокультуры в национальную выступает как одно из проявлений подчинения более слабого общества более сильным. Кино США – мощный инструмент скрытого политического влияния в мировом масштабе. Доминирование Голливуда, на 95 % исключая присутствие других кинематографий на собственном рынке, – результат рационально-эгоистической кинополитики США, чуждой проявлению культурной толерантности. В ситуации подобного рода глобализационных угроз действия национального государства по сформировавшемуся в иных исторических условиях принципу «вытянутой руки» требуют известной корректировки.

Участники парламентских слушаний «О реализации государственной политики в области кинопроката и кинообслуживания населения», состоявшихся в 2003 г. в Совете Федерации Федерального Собрания РФ, с тревогой констатировали, что «преобладание в репертуаре кинотеатров зарубежных фильмов играет негативную роль с точки зрения воздействия кино на массового российского зрителя» [6, с. 26]. Отмечалось также, что «в этих условиях затрудняется проведение национальной культурной политики» [там же]. По этому поводу, впрочем, можно сказать больше и точнее. Функционирующий кинорепертуар – это концентрированное выражение осуществляемой кинополитики. И понятно, чьей. Преобладание американских фильмов в кинодосуге посетителей кинотеатров означает доминирование американской политики в кинематографической жизни российского общества. Поэтому участники парламентских слушаний имели все основания обратиться к Президенту с рекомендацией: «Поручить Администрации Президента Российской Федерации взять на контроль вопросы кинообслуживания населения страны, имея в виду совершенствование нормативной базы кинематографии и влияние кино на обеспечение информационной безопасности России» [там же].

§ 2. Коллективное «мы» и его формирование

Голливуд повсеместно бросает вызов коллективной идентичности, являющейся опорой национального государства. Внутренняя политика последнего оставить без внимания это явление не может. Но из чего вырастает коллективная идентичность и какую роль играют культурные технологии в ее формировании?

Начнем с констатации, что люди, населяющие, к примеру, Россию, – не механическое множество индивидов, а некое социальное целое, обладающее исторически сложившейся коллективной идентичностью. Каждое индивидуальное «я» демографически и культурно порождено коллективным «мы», живет и действует, самоутверждается и развивается в его пространстве. «Границы культуры, в которой люди воспитаны, являются одновременно и границами того мира, в котором они могут жить, думать и действовать» [7, с. 207].

Состоящее из огромной массы индивидуальных «я» коллективное «мы», в свою очередь, внутренне дифференцировано. Оно включает в себя различные конфессиональные «мы», подразделяющиеся на «мы» этнические, те – на классовые «мы» и т. д. Разделяющая людей социальная дифференциация порождена историей. Но она же изобрела и разного рода скрепы

социальной интеграции, в конечном счете способствующие возникновению у основной массы индивидов общего видения мира, чувства единой исторической судьбы. К таковым относится прежде всего единая территория, в пределах которой происходят пространственные контакты между людьми и используются геофизические ресурсы их жизнедеятельности. О существовании и исключительной судьбоносной значимости этого фактора прекрасно напоминает понятие «территориальная целостность», в очередной раз обретшее острую актуальность в российской истории.

Другим мощным фактором, стягивающим великое множество индивидуальных «я» в политическое единство коллективного «мы», является государство. Свою интегрирующую миссию оно выполняет прежде всего тем, что наделяет оказавшихся в его пределах индивидов статусом гражданства, юридически открывающим каждому от рождения в известном смысле равный доступ к ресурсам страны, к возможностям личностного самоутверждения и развития. Свою интегрирующую роль государство осуществляет и тем, что защищает пространство жизнедеятельности своих граждан от внешних посягательств. О значимости этого момента каждый гражданин узнает еще в период детства, изучая на школьной скамье многовековую историю своей страны.

Ссылкой на усвоение школьных уроков истории мы снова возвращаемся к исключительно важному фактору формирования и индивидуального осознания коллективного «мы», его совокупной идентичности-культуре. Эффективнейшим средством культурной интеграции является языковая общность людей. Владение одним и тем же языком открывает простор для делового и духовного общения людей, формирования общих идеалов и ценностей, разделяемой картины мира. Язык – часть и в то же время средство формирования национальной культуры. Уместно также добавить, что в отношении коллективной идентичности вопрос не сводим к естественному языку. Важную роль играет существующая в той или иной мере общность всех других языков национальной культуры, включая киноязык. На формирование коллективной идентичности значительное влияние оказывают также национальная экономика, система образования (включая художественное), религия, средства массовой коммуникации, искусство – народное и профессиональное.

По вопросу о формировании национальной идентичности Дж. Дональд высказал точку зрения, с которой вряд ли можно полностью согласиться, хотя и не признать значительной доли истины в ней нельзя. Исследователь утверждает, что нация – «является результатом... культурных технологий, а не их источником. Нация не выражает себя через свою культуру; это культурные механизмы производят «нацию» [цит. по: 8, с. 14]. Автор впадает в явное противоречие с диалектическим представлением о взаимодействии явлений мира. Нельзя не видеть, что, например, такая составляющая национальной культуры, как языковая общность людей на протяжении веков раздвигала свои демографические пределы путем кровопролитных войн, создававших единое политическое, экономическое и правовое пространство, в рамках которого локальные культуры, взаимодействуя между собой, формировали некое ядро национальной культуры.

Верно, однако, и то, что национальная культура транслируется от поколения к поколению, и на уровне индивидуального «я» (особенно, в условиях складывающегося информационного общества) коллективная идентичность формируется под мощным влиянием культурных технологий. Другое дело, что распространяемые с их помощью идеалы, ценности и образцы поведения возникают не на пустом месте, они черпаются из исторически возникшей национальной картины мира. Частично соглашаясь с Дж. Дональдом в том, что нация является следствием культурных технологий, приходится признать обескураживающий факт. В пространстве культурных технологий кинематографического типа коллективная идентичность россиян на уровне индивидуального «я» формируется большей частью изнутри американского общества. Впрочем, точнее будет сказать, что она размывается, хаотизируется. И

причиной тому являются реально действующие механизмы социальной организации кинопроцесса, к анализу которых мы далее и обратимся. Конкретным материалом для наших рассуждений послужит постановка кинодела в СССР, а также опыт его реформирования в пору «перестройки» и последующий период.

Почему плохо «тикает» социальный механизм кинопроцесса? И не только относительно формирования коллективной идентичности. Наши соображения, возможно, будут более убедительны, если предварительно сравнить два типа познавательного поведения человека. Когда он чувственно воспринимает конкретный предмет, пусть это будет лес, в его психике целостный образ предмета не возникает таким образом, что поочередно запечатлеваются отдельные деревья, а потом из всего этого, как бы суммируясь, складывается целостный образ леса. Процесс разворачивается в обратном порядке. Человек сразу же видит лес как таковой. Отдельные его части воспринимаются уже на фоне обозначившегося целого. Такого рода примат целого над частью помогает человеку ориентироваться в предметном мире.

Иначе обстоит дело в науке при постижении сложных явлений. Исследователь склонен начинать с расчленения целостного явления на отдельные части. Целое осмысляется в последнюю очередь. Если вообще осмыляется. С постижением его частей в контексте целого, с уяснением их обусловленности целым и предъявляемых к ним требованиям с его стороны дело обстоит еще более проблематично. Подобный ход мышления, его незавершенность отрицательно сказываются на результативности познавательных и практических действий. Исследователь серьезно рискует не увидеть за деревьями лес.

Но именно так складываются научное познание, саморегулирование и общественно-государственное регулирование кинематографической жизни российского общества. Теоретики и практики кино рассматривают ее с позиций скорее «атомистического», нежели целостного подхода. Вряд ли будет столь уж большим преувеличением сказать, что кинематографическая жизнь предстает как некий хаос ее субъектов, структур, институтов и т. д. Имея в виду науку, можно констатировать, что искусствознание изучает один отрезок и аспект кинематографического процесса, экономическая наука – другой, психология – третий и т. д. Этой методологической установке во многом следует и отечественная социология кино, на протяжении своего существования изучавшая большей частью публику. В итоге целостность кинематографического процесса ускользает из поля зрения и как предмет исследований, и как методологическая установка, вытекающая из признания примата целого над его частями.

С синтезом в единое содержательное целое тех результатов, которых добиваются научные сообщества, изучающие кинопроцесс, дело обстоит тоже далеко не лучшим образом. Показательно, что в нашей литературе нет ни одного солидного труда, в котором излагались бы итоги multidisciplinary исследования кинопроцесса, т. е. с позиций эстетики, социологии, искусствознания, психологии, семиотики и т. д. Определенные шаги в этом направлении делают зарубежные исследователи. Так, американские ученые Р. Аллен и Д. Гомери опубликовали в 1985 г. книгу под названием «История кино. Теория и практика», в которой кратко излагаются результаты исследования кино с позиций традиционных подходов к нему – эстетического, технологического, экономического и социологического. Нельзя сказать, что эта работа дает представление о кинематографической жизни общества во всех ее проявлениях. Но важные шаги в этом направлении сделаны.

Что касается реалий кинопроцесса, методология «атомистического» подхода к его организации более чем убедительно заявляет о себе фактами дезорганизации. К сожалению, эта же методология лежит и в основе многолетних усилий по реорганизации киноотрасли. Чем отличается часовых дел мастер? Его задача – восстанавливать и регулировать работу часового механизма в целом. Он находит деталь, не выполняющую свою функцию в системе механизма, и восстанавливает эту функцию. Оттого и часы «тикают». А какая работа осуществляется для того, чтобы каждая структура кинопроцесса соответствовала требованиям, предъявляемым к

ней со стороны целого? Заботы о функционировании конкретной структуры определяются, скорее, с позиций ее самооценности, нежели требований системного целого. Оттого и системные связи разорваны, социальный механизм кинопроцесса в целом если и «тикает», то плохо.

Усилия по преодолению системного кризиса кинопроцесса скорее приведут к желаемым результатам, если будут опираться на надежную теоретическую базу, в частности, на обоснованные представления о социальной организации кинематографической жизни, социальном контроле в ней. Ниже мы остановимся на некоторых аспектах этой проблемы, апеллируя к отечественному опыту.

§ 3. Союз рынка, государства и общественности

Реформаторы «перестроечной» поры полагали, что в одночасье отделенный от государства рынок поставит российские киностудии в зависимость от зрительского спроса и, тем самым, поднимет планку профессионального качества и конкурентоспособности «среднего фильма». Однако естественное для советских теоретиков и практиков кино непонимание тонкостей рынка, ориентация на пришедшее с Запада идеологизированное толкование принципа его «свободы», дилетантское понимание роли государственных структур в создании и функционировании рыночного кинематографа привели к тому, что результат оказался противоположным ожидаемому. Вместо панацеи от застарелых болезней кинематографа наспех сотворенный рыночный механизм оказался неким социоэкономическим вирусом, возбудителем целого сонмища новых болезней. Механизм этот вероломно, безжалостно перемолол российское кино, подтолкнул его к самому краю пропасти. Такого исхода, пожалуй, никто – включая противников рынка – не ожидал.

Впрочем, в суждениях о рынке не следует поддаваться эмоциям и перегибать палку, что так часто бывает под воздействием сложившихся стереотипов социального мышления. Горький опыт, которым столь богата российская история, не только кое-чему научил, но и породил глубокие заблуждения, посеял болезненную подозрительность к важнейшим атрибутам человеческой цивилизации. Взять хотя бы государство, которое в массовом сознании, зачастую даже в сознании интеллектуалов, предстает не как по возможности, рациональная и формализованная система управления социумом в целом, а лишь в своих персонализированных и связанных с этим извращенных формах. Государство воспринимается как зловещая, по определению враждебная человеку сила, чиновник-бюрократ – как страшилище. Похоже, и рынок, не успев по известным причинам обрести цивилизованные формы, рациональное общественное сопровождение, обрел устойчивую негативную репутацию, хотя, по логике вещей, вина за его «шалости» лежит на «родителях», уверовавших или сделавших вид, что верят в конструктивные возможности нерегулируемого рынка.

Нынешнее соперничество национального и западного кинематографа в культурном пространстве России показывает, что сложная система рыночного саморегулирования и общественно-государственного регулирования кинопроцесса может быть по-настоящему действенной лишь при условии, что исторически она будет развиваться в соответствии с логикой известной диалектической схемы: тезис, антитезис, синтез. В переводе на практический язык российской кинополитики это означает ориентацию на следующую историческую сменяемость способов социальной организации кинематографической жизни: рынок → государство → рынок + государство + общественность. Последняя, заметим, ни в коем случае не сводима к корпусу творческих кадров.

Теоретически именно к союзу рынка, государства и общественности, к образованию этого триумvirата целесообразно было стремиться кинореформаторам начиная с конца 1980-х гг. Но тогда возобладала иная схема: тезис, антитезис, тезис (рынок – государство – рынок). Государство и общественность, хотя и участвуют сегодня в делах кино, заметного влияния на

него как на общественное явление они не оказывают. Да и фильмопроизводство, существующее во многом на деньги государства, рыночным в полном смысле этого слова не является.

Заглядывая в будущее, вряд ли можно утверждать, что в условиях даже «цивилизованного» рынка российское кино сможет основательно поправить свои позиции в обществе, если ему не будет оказана рациональная, тщательно спроектированная государственная поддержка. Столь желательному ходу событий препятствуют законы и условия мирового кинохозяйства. Это, кстати, прекрасно понимал знаменитый киноактер М. Линдер. Сегодня трудно переоценить пророческий смысл его слов, сказанных, в связи с поражением французского кино в схватке с Голливудом. «Господа, – говорил он, обращаясь с программной речью к журналистам и создателям фильмов, – не думайте, что достаточно делать большие и *хорошие* (подчеркнуто мною. – Автор) фильмы, чтобы победить иностранную конкуренцию... Между нашей и иностранной продукцией будет продолжаться жестокая борьба. Больше чем когда-либо мы должны привлечь внимание правительства к судьбе французской кинопромышленности и обратиться с горячим призывом к совести руководителей французского кинематографа» [цит. по: 9, с. 43]. Эти слова М. Линдера, сказанные им много лет назад и подтвержденные историей мирового кинематографа, позволяют лучше понять и будущее российского кино, перспективные пути его борьбы за место под солнцем.

Заметим, что от необходимости в серьезной государственной поддержке не застрахован даже международный монополист – Голливуд. Яркое подтверждение тому – события на рубеже 1960-1970-х гг., когда снижение посещаемости кино в США достигло критической точки, и аналитики стали поговаривать о «закате Голливуда». Отношение американского государства к возникшей проблеме характеризует, в частности, заявление члена палаты представителей Дж. Гордона, сделанное им в 1971 г. во время представления законодательного акта о производстве фильмов: «Спасение этой жизненно важной отрасли промышленности, – подчеркивал он, – мы должны рассматривать как дело нашей национальной политики. Кинематография, в конце концов, «продавая Америку» в ее живописном изображении всему миру, демонстрирует деятельность свободно конкурирующего предприятия» [цит. по: 10, с. 37]. Но разве российское государство вправе оставаться безучастным к тому, что отечественное кино утрачивает способность доносить до зрителей привлекательный и тем самым в силу социально-психологической закономерности повышающий их самооценку образ своей страны в том же «живописном изображении» и в результате эффективно участвовать в воспроизводстве культурной идентичности?

Плачевные результаты преобразований, начавшихся в конце 1980-х гг., потребовали внесения коррективов в реорганизацию киноотрасли. И они до сих пор вносятся, хотя относительно российского фильмопроизводства не совсем ясно, в каком направлении идет движение – в направлении от «антитезиса» (государство) к «синтезу» (рынок + государство + общественность) или какой-то иной альтернативе.

Вызывает вопросы, например, противоречивость государственной поддержки кинематографии. Финансовые инъекции в киноотрасль не дали распасться инфраструктуре фильмопроизводства. Благодаря им сохранены творческие кадры, появляются новые имена. В то же время социальное функционирование российских фильмов не получило должной экономической, правовой и информационной поддержки. Кинопрокат и киносетель поставлены в такие условия, когда западные фильмы оказываются куда более предпочтительными. В условиях существующего псевдорынка российские киностудии уже одним этим обречены на производство невостребованных, «мертвых» фильмов.

§ 4. Почему необходимо регулирование «сверху»?

После произошедшего глубокого разочарования в реалиях «демократического централизма» мысль о том, что регулирование кинопроцесса «снизу» должно дополняться регулированием «сверху», может быть истолкована как некая ностальгия по прошлому. С другой стороны, эта мысль может показаться обоснованной лишь постольку, поскольку российское кино в глубоком кризисе и выбраться из него без помощи государства оно не может. Суть дела, однако, в другом. Необходимость регулирования «сверху» продиктована глубинной сущностью понятия «производство» применительно к кино.

В своей многогранной цельности процесс производства средствами кино выходит за пределы создания фильма на киностудии. Обращаясь к размышлениям на эту тему, зададимся вопросом: не является ли производством фильма и та работа, что связана с его тиражированием и демонстрацией на экранах кинотеатров? Вопрос, пожалуй, риторический. Ведь что же, как не фильм, видит зритель на экране? Но если так, то границы «производства» раздвигаются настолько, что в их пределах оказывается деятельность кинопроката и киносети.

Эти границы тоже не окончательны. За пределами «производства» средствами кино, по логике вещей, нельзя оставить такую реальность, как проецирование кинообразов с одного экрана, кинотеатрального, на другой – экран зрительского сознания. В самом деле, фильм на экране кинотеатра – реальность физическая, это игра света и тени, цвета и движения. Это множество кинематографических знаков, в которых закодированы определенные значения. Свою расшифровку они могут получить только в зрительском сознании. Когда экранная «светопись» одухотворяется чувством и воображением, фильм обретает новую бытийную форму – ментально-зрительскую. Наконец массовое воображение зрителей в подлинном смысле «производит» фильм еще и как общественное явление. Поэтому традиционное узкое понимание границ реальности, охватываемой понятием «производство средствами кино», должно быть расширено. В эти границы должна попасть и сфера зрительского освоения киноискусства, то есть потребительное производство.

Обозначенный перенос границ – отнюдь не игра с понятиями. Признав, к примеру, что создание авторского фильма и его зрительское освоение образуют две разные грани одного и того же, целостного – общественного по своей сути – процесса производства в разных ипостасях его реального бытия, мы неизбежно обнаружим существенный момент относительности, заключенный в принципе художественного самовыражения, экранного монолога, столь влиятельного в теории и практике российского кино. Мы должны будем с особым уважением отнестись к творческому потенциалу того автора, о котором можно сказать брехтовскими словами: «Он думал в головах других, другие думали в его голове». Зрительское сознание не только активно творит фильм, но и «записывает» свое творение, хранит его в памяти, отчего оно обретает способность определенного мотивационного воздействия на социальное поведение индивида. Как символическая экранная реальность фильм, тем самым, в превращенной форме инкорпорируется в ткань общества. В границах «производства», как видим, оказывается и то, что является «персонификацией фильма». Производство фильма, в конечном счете, оказывается не чем иным, как производством самого человека. И в этом суть проблемы, связанной с пониманием места и роли кино в обществе. Ибо когда речь идет о потреблении духовной пищи, человек воистину есть то, что он ест.

Последовательно двигаясь к самым дальним границам пространства, охватываемого понятием «производство средствами кино», мы пришли к идее о «двух видах производства» (К. Маркс). В первом, как выразился классик, производитель себя опредмечивает, во втором – персонифицируется произведенная им вещь. В пространстве кинематографической жизни общества этими двумя видами производства будут взаимопроникающие процессы про-

изводства фильма (прочих кинематографических услуг тоже) и производства человека. Конечный результат – производство социума как общности, которой в современном глобальном мире свойственна определенная степень прочности, являющейся стержнем государственного суверенитета.

Итак, в области кино мы имеем дело с производством не только фильма и человека, но также и производством общества. К регулированию этого процесса имеют прямое отношение многие социальные институты, в том числе и государство, являющееся органом выражения воли общества в целом. Спрашивается, может ли государство полностью отказаться от регулирования кинопроцесса, если в его рамках воспроизводится само общество, на котором оно, государство, зиждется, на страже интересов которого стоит?

Трудно найти логические основания для полного отказа государства от участия в делах кинематографии, от процессов увязки и согласования «двух видов производства». Да и подлинная проблема в другом – в пределах и характере регулирования «сверху».

Можно назвать три модели регулирования взаимодействия «двух видов производства» в сфере кино: авторитарная, рыночная (хозрасчетная, как говорили раньше) и общественно-расчетная, подлинно демократическая. В любом случае предпринимаемые усилия внешне направлены, прежде всего, на регулирование производства и распространения фильмов. Но, в конечном счете, речь идет о регулировании производства человека и общества средствами кино. Если конечный результат упускается из виду, то и сугубо меценатская помощь государства кинематографии может быть истолкована как вмешательство в дела искусства. Разумеется, непосредственно в художественный процесс государство не должно вторгаться. Объект его действий – «правила игры» и ее условия.

Сегодня, когда псевдорынок дал себя знать многочисленными негативными последствиями, и в условиях глобализации кинематографического процесса стало совершенно очевидно, что выживание и возрождение российского кино требует регулирования его и «сверху», с особой остротой встает вопрос о содержании такого регулирования, его идеологии.

Впрочем, важно и то, насколько кинематографическое сообщество психологически готово к признанию правомерности регулирования «сверху». Как отмечалось выше, сама мысль, о его необходимости, может быть воспринята как ностальгия по прошлому. Показательна в этом отношении политическая двойственность в реакции кинематографического сообщества на решения государства относительно новых «правил игры» в «перестроечное» прошлое.

Изначально обновлению общества было задано некое тройственное – и можно сказать, типовое – направление: демократизация, гласность, хозрасчет. На эти маяки сразу же, словно по команде, взял курс революционно настроенный кинематографический корабль, руководимый новыми лидерами СК СССР. Цели и новые социально-организационные формы, их последствия не были должным образом взвешены, соотнесены и увязаны. Позже такой подход в работе правления СК СССР обрел форму «аппаратчины», критикуя которую В. Абдрашитов сетовал: Главное – необходимо как бы принять решение, а затем внедрять его, не вникая ни во что. Потому что главное для нас – политический аспект решения. В стране только заговорили о хозрасчете – тот самый передовой союз, конечно, первым должен громко заявить о переходе на хозрасчет. «Последствия для аппаратчины – это частности. Главное – политический аспект» [11].

Приняв установку на демократизацию, гласность и хозрасчет как руководство к действию, лидеры Союза кинематографистов СССР пытались в то же время проинтерпретировать ее таким образом, чтобы кино дистанцировалось от проблем, которым озабочено общество и государство. Идеологической платформой киноперестройки явилось постановление Совета Министров СССР «О перестройке творческой, организационной и экономической деятельности в советской кинематографии» от 18 ноября 1989 г.

Оглашая это постановление Совмина на IX пленуме правления СК СССР, его секретарь А. Смирнов заметил: «Все-таки осталась «общественная значимость», как я не выживал ее из текста». Этот импровизированный комментарий адресовался той части правительственного постановления, где говорилось о необходимости утвердить порядок установления дифференцированных нормативов отчислений в бюджет от прибыли (дохода) кино- и видеоозвучиваемых предприятий, организаций и учреждений в зависимости от вида и качества кинообслуживания, а также общественной значимости и идейно-художественной ценности демонстрируемых произведений. Спрашивается, почему критерий «общественной значимости» вызывал возражения?

Отчасти объясняется это, надо полагать, своеобразным, не совсем корректным толкованием понятия общественной значимости. В только что приведенной ссылке на постановление Совета Министров СССР разделительным союзом «и» от нее отъединена «идейно-художественная ценность» произведения. Но ведь обладающий теми или иными идейно-художественными качествами фильм является ценностью лишь постольку, поскольку он положительно значим для людей, для общества. Значит, в самой констатации идейно-художественной ценности фильма уже заключено признание его общественной значимости. Признание того, что фильм являет собой определенное художественное достижение общества, что он вносит определенный вклад в самопознание социума. Разъятие двух понятий правомерно в тех случаях, когда «общественная значимость» берется не в ее объективной данности, а в виде бюрократически искаженных интерпретаций «социального заказа».

Слов нет, такие понятия, как «социальный заказ», «общественная значимость кино» и т. д., т. е. традиционный концептуальный аппарат внекинематографической оценки экранного искусства, социального контроля за производством и распространением фильмов был деформирован несправедливым употреблением в контексте административно-командной системы социализма. Но нельзя не видеть того, что обойтись без этих критериев общество не может. В конце концов, даже святое призвание истинного художника быть совестью общества есть не что иное, как поставленный перед ним социальный заказ, а всевозможные проявления позитивной действенности кинематографа попадают все-таки под категорию его общественной значимости, выражают его КПД. Самое разумное, что здесь можно предпринять – это очищение деформированных, искаженных критериев от всех наслоений вульгарно-социологического и командно-бюрократического толка. Выплескивание ребенка вместе с водой – другая, не менее ошибочная, крайность. И она-то как раз, похоже, проявилась в цитированном выше комментарии.

Этот комментарий примечателен также как напоминание о том, что сложившаяся в советский период система регулирования кинопроцесса была уязвима в вопросах выработки и реализации кинематографической политики, нацеленной на повышение общественной – взятой в широком, исчерпывающем смысле – значимости кино. Той самой значимости, необходимость максимального обеспечения которой, если подходить к вопросу реалистично, является одновременно отправной посылкой и конечной целью сознательного регулирования социумом своей кинематографической жизни. Сегодня уместно говорить, как минимум, о том ее сегменте, который финансово поддерживается государством и которое, согласно В. Путину, «должно определить, на какие цели, прежде всего, должны быть направлены средства» [12, с. 12]. В общем виде цели, собственно, официально определяются тремя словами: «социально значимые фильмы». Вопрос заключается в конкретизации этой формулировки. В противном случае государственная кинополитика реально будет направлена на решение ряда частных вопросов как бы в обход уяснения вопросов общего порядка. Такая тенденция довольно четко обозначилась в процессе дискуссий на V всероссийской конференции, посвященной выработке стратегии развития российской киноиндустрии на период до 2020 года. И здесь прозвучала

вполне обоснованная мысль: «Некому государству объяснить... эти простые вещи, что такое социально значимое кино» [13].

§ 5. Оценка фильма в системе социального контроля

Вся многогранная профессиональная работа по производству, хранению и распространению фильмов представляет собой некое социально-практическое действие, преследующее определенные – в той или иной форме обозначенные обществом – цели. Для того чтобы эти цели осуществились, по возможности, более эффективно, люди вступают, скажем так, в более или менее рационализированные кинематографические отношения. Их функционирование во многом определяется саморегулированием. Государство, со своей стороны, постоянно подвергает весь кинематографический процесс социальному контролю. Не следует только путать нормальное проявление социального контроля, этого естественного способа организации совместной жизни людей, с его тоталитарными или бюрократическими извращениями. Как таковой, социальный контроль включает в себя три компонента: выявление реальных результатов той или иной кинематографической деятельности, их оценку и ее материализацию в определенных социальных санкциях.

В данном контексте уместно вспомнить одно замечание Л. Толстого, точнее, его глубокое социологическое обобщение, свидетельствующее о ключевой роли оценок для судеб искусства: «Всякое ложное произведение, восхваленное критиками, есть дверь, в которую тотчас врываются лицемеры искусства» [14, с. 141]. А если восхваляются «истинные» произведения?

Суждение Л. Толстого и риторический вопрос к нему справедливы в отношении любой критики – официальной, художественной, зрительской и т. д. Но есть и различие. Действительность оценки зависит от того, насколько широко субъект данной критики способен, отталкиваясь от своего положения в обществе, открыть дверь субъекту кинематографического действия.

В основе социального контроля, осуществляемого путем рыночного саморегулирования и общественно-государственного регулирования кинопроцесса, лежит оценка фильма как некоей дифференцированной общественной ценности и связанные с этой оценкой социальные санкции субъектов кинопроцесса по отношению друг к другу, а также социальных институтов по отношению к ним. Идеальной можно считать такую систему оценки усилий практиков кинематографии и применяемых социальных санкций, при которой эти усилия будут вознаграждаться взвешенно – строго в зависимости от их вклада в создание (фильмопроизводство) и реализацию (кинопрокат) интегральной общественной ценности фильма. Речь идет, подчеркнем, об общественной ценности, взятой не фрагментарно, не односторонне, а комплексно, коль скоро она многопланова.

Какие социальные институты не взяли бы на себя многотрудную миссию по осуществлению социального контроля за соблюдением интересов общества в целом, всех участников кинопроцесса и каждого в отдельности, отправной точкой в выборе критериев оценки осуществляемых действий в идеале должен быть некий коэффициент интегральной общественной ценности фильма и ее реализации. Отсюда первый ключевой вопрос, в который упирается совершенствование системы социального контроля, к рассмотрению которого мы переходим.

§ 6. «Анатомия» общественной ценности фильма

Как некая общественная ценность фильм имеет четыре измерения, четыре слагаемых. Первое измерение – художественно-эстетическая, творческая ценность фильма. То есть его профессиональный уровень, художественное совершенство, вклад в воспроизводство достигнутого уровня и дальнейшее развитие профессиональной кинокультуры. Этим, как известно,

ценен, прежде всего, авторский кинематограф, именно этому ценностному моменту придает первостепенное значение кинокритика элитарной ориентации.

Второе измерение – идеологическая ценность фильма. Проявляется она в том вкладе, который вносит картина в развитие массового или шире – общественного сознания. В этом измерении фильм предстает как слагаемое системы общественного воспитания, характеризующееся определенной действенностью.

В третьем измерении кинопроизведение выступает как социальная (в узком смысле) ценность. Речь идет о его способности выполнять по отношению к своей публике широкий спектр социальных функций – эстетическую, познавательную, развлекательную и т. д., о способности содействовать воспроизводству и развитию человека в широком диапазоне социальных и биологических проявлений его сущности. Рабочими показателями этого аспекта ценности, назовем ее проще – зрительской, могут служить, прежде всего, масштабы посещаемости фильма и складывающиеся в ее итоге зрительские оценки, которые социологи выражают среднестатистическим баллом. Оба показателя тесно связаны между собой, но не тождественны. Со сравнительно высокой посещаемостью иной раз может сопрягаться низкая оценка, и наоборот. Социальную ценность фильма уместно выражать индексом, интегрирующим названные показатели. Но и этого будет мало.

Имеется еще один – третий по счету показатель социальной ценности фильма: аспект его социальной полифункциональности, выраженный в зрительской интерпретации воздействия. Речь идет о том, какие социальные функции (из всего их множества, свойственного кино) осуществляет данный фильм, насколько широко «сработала» каждая из них в зрительской массе, какие преобладают. Определенная часть публики сознательно ожидает от кинематографа произведений, отличающихся достаточно широкой и глубокой полифункциональностью. Эту структуру массовой кинопотребности важно всемерно воспроизводить и развивать. И здесь полезными могут быть выделенные три критерия.

Наконец, четвертое измерение общественной действенности фильма – его коммерческая ценность. Она зависит от множества структурно-эстетических и социально-функциональных свойств фильма, именуемых на бытовом языке «смотрибельностью». Это качество фильма, кстати, является также своего рода поправочным коэффициентом на его идеологическую и социальную (зрительскую) «полезности».

§ 7. Социальные санкции в пространстве кинопроцесса

Второй ключевой, вопрос, в который упирается совершенствование системы социального контроля кинопроцесса, касается социальных санкций, с помощью которых осуществляется «притирка» интересов создателей фильмов, их импортеров, распространителей и зрителей. Что это за санкции, коими партнеры по кинопроцессу воздействуют друг на друга?

Начнем с конца кинематографического процесса. Зрители, как и их партнеры, сознательно или бессознательно оценивают фильмы, предлагаемые им в кинотеатре. Положительные и отрицательные оценки вызывают соответственно позитивные и негативные социальные санкции зрительской аудитории по отношению к другим субъектам кинопроцесса. Формы санкций и способы, которыми они достигают своих адресатов, разные. Так, условно говоря, моральные, санкции выражаются в характере зрительской молвы о фильме, сочетающей в себе в определенных пропорциях «устную рекламу» картины и ее антирекламу. Финансовые санкции проявляются в покупке входных билетов в кинотеатр, в размере кассовой выручки. Распространяются эти санкции одновременно и на создателей фильма, и на его распространителей.

Дистрибьюторы и демонстраторы проявляют свои оценки в таких санкциях, как покупка или не покупка фильма на кинорынке, включение или не включение его в репертуарную афишу, сумма, поступающая создателям картины от ее проката.

Какие санкции применяет по отношению к партнерам по кинопроцессу создатель фильма? Что касается экономического поведения кинозрителей, положительная санкция может заключаться в том, что созданием определенных фильмов поощряются и закрепляются те или иные вкусы и предпочтения. Отказ от создания фильмов, соответствующих существующей кинопотребности, означает применение негативной санкции.

Особое внимание привлекает к себе соотношение негативных санкций по отношению друг к другу со стороны главных субъектов кинопроцесса – создателей фильмов и зрителей. Некоторые кинематографисты сознательно отказываются снимать фильмы, которые хотела бы видеть определенная часть публики. Со своей стороны часть публики, иногда очень большая, отказывается смотреть уже созданные картины и, следовательно, экономически вознаграждать кинематографистов. Подобная нестыковка в принципе неизбежна. Проблема в том, каковы масштабы взаимных негативных санкций. В сегодняшнем российском кинопроцессе они приобрели катастрофические размеры. Слишком много зрителей отказываются смотреть фильмы российских режиссеров, а последние либо не способны, либо не хотят откликнуться на актуальные эмоциональные и духовные запросы зрителей. Теоретически «примирить» обе стороны могла бы кинокритика. Но функция более или менее объективного посредника ей в подобной ситуации вряд ли под силу. Критики в основном жестко придерживаются стороны творцов элитарной ориентации. Не может не сказываться и инерция. На протяжении многих лет зрители тем больше посещали конкретный фильм, чем больше кинокритика его ругала.

Третий ключевой вопрос, в который упирается совершенствование системы социального контроля за производством, импортом, хранением и распространением фильмов, сводится к концептуальному уяснению и созданию таких социальных механизмов, которые сделали бы более эффективными социальные санкции субъектов кинопроцесса по отношению друг к другу. Эффективными в том плане, чтобы фильм представлял собой, по возможности, большую ценность по сумме названных выше четырех измерений. Чтобы, скажем, кинематографисты были вынуждены реагировать соответствующим образом на отказ зрителей морально и материально поддерживать профессионально слабые картины. Чтобы, напротив, максимально были вознаграждены те дистрибьюторы и демонстраторы, которые стремятся работать с достойными произведениями российского кино, отдают предпочтение отечественным картинам перед зарубежными при формировании кинопрограмм.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.