



## Кино и глобализация

**М.И. Жабский**

доктор социологических наук

УДК 778.5.01

АННОТАЦИЯ

*Связанный с глобализацией процесс планетарной интеграции человечества противоречив. В приближенном к идеалу варианте глобализация в форме свободного кинематографического обмена таит в себе огромные позитивные возможности для каждого общества, способствует истинной интернационализации его кинематографической жизни. Поскольку реальные ее результаты определяются механизмами монополизированного Голливудом мирового кинорынка, глобализация принимает главным образом форму американизации. Вместо интернационализации кинематографической жизни конкретных обществ происходит нечто противоположное — ее деинтернационализация.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

человечество,  
глобализация,  
планетарное  
единение,  
«догоняющее  
развитие»,  
Голливуд, рынок,  
глобальное кино,  
«глобальная  
деревня»,  
относительная  
закрытость  
кинорынков,  
кинополитика

### «Но надо что-то делать»

Любую социальную структуру неизбежно постигает кризис, когда она, будучи частью одного более широкого целого, не подготовленным образом становится частью другого. Это как раз и произошло с российским кино и его внутренним зрительским рынком на рубеже 1980–1990-х годов. Десятилетиями отгороженные от мирового кинорынка «железным шлагбаумом» с его «пропускным пунктом» и охранниками-контролерами при нем они в кратчайший срок стали открытыми всем кинематографическим ветрам, глобализующему северо-американскому в том числе. Результат — затяжной системный кризис.

В крайне обострившейся кризисной ситуации постсоветское государство подвергло кино и его аудиторию «шоковой терапии». Главным «лекарством», прописанным от прежних болезней, объективно стала глобализация в форме вестернизации, а точнее — американизации. Впрочем, процесс глобализации кинопроцесса, только без американизации, происходил и в СССР. И называли его тогда иначе — интернационализацией.

Глобализация советского периода являлась процессом прагматически контролируемым, расчетливо экономически и идеологически дозированным. Но на повороте исторического времени столь необходимых для этого периода руля и верного компаса не оказалось. Стихийная глобализация принесла с собой новые болезни и проблемы. С одной стороны, это глубокий кризис идентичности национального кино и объективная необходимость тяжелейшего поиска своего лица, с другой — почти полная потеря кинотеатрального зрительского рынка. Кинематографическое сообщество, еще недавно ратовавшее за отделение от государства, вынуждено было настойчиво призывать его на помощь. Государство в стороне не осталось. Прежнее зрительское финансирование дорогостоящего фильмопроизводства сменилось в основном бюджетным.

В 1990-е годы началась и по сей день продолжается эпоха субсидиарного национального кинопроизводства в жестких условиях глобализации. Правильно ставить и успешно решать вопросы его выживания, функционирования и развития теперь невозможно без глубокого знания и учета основательно изменившейся действительности, сквозной глобализации кинопроцесса, в частности. К началу нового века киноситуация в описании К. Шахназарова на заседании Госсовета РФ выглядела катастрофически: «Мы... проиграли свой кинорынок на 100 процентов. В наших кинотеатрах идут только американские картины. И не надо себя обманывать. ...Но надо что-то делать. На мой взгляд, американцы сражаются за каждый миллиметр своих интересов. И я прекрасно знаю как, поскольку, к сожалению, именно “Мосфильм” печатает копии американских блокбастеров. ...Они уже посадили на “голливудскую иглу” нашу молодежь. Они уже сделали так, что сегодня среди определенной, но уже достаточно большой части нашей молодежи смотреть русское кино считается дурным тоном»<sup>1</sup>.

И это, как свидетельствует исследование К. Тарасова, вопрос не только коммерции. «Если стереотип зрительского восприятия сформирован по образу и подобию функционирующего в России американского кино (“утраченный” зритель), то отечественные фильмы он будет смотреть уже “другими глазами”, то есть, как правило, не будет находить в них то, что для него ценно (любимые им актеры, привычный динамизм действия, “крутые” спецэффекты и т. д.). Не сможет он также по достоинству оценить то, в чем воплощены лучшие традиции отечественного кино. “Верный” зритель примерно таким же образом будет воспринимать американское кино»<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Заседание Госсовета РФ // Кинопроцесс. 2003, № 3/4. С. 12.

<sup>2</sup> Жабский М.И., Тарасов К.А. Конкурентоспособность российского кино в социокультурной перспективе // Культура и искусство. 2013, № 3. С. 274–277. DOI: 10.7256/2222-1956.2013.03.3.

<sup>3</sup> Заседание Госсовета РФ // Кинопроцесс. 2003, № 3/4. С. 12.

К. Шахназаров не только поставил вопрос о том, что надо что-то делать, но и ответил на него: «...мы должны отстаивать интересы нашего кино. На сегодняшний день, я считаю, это возможно сделать только путем введения небольших квот»<sup>3</sup>. Примечательно и весьма симптоматично, что спасение российского фильмопроизводства, терпящего крушение в океане глобализации, режиссер, как следует из цитаты, делом рук, прежде всего, его участников не считает. А говоря о квотировании, он имеет в виду присутствие национальных фильмов не в досуге посетителей кинотеатров, а всего лишь на полпути к нему — на киноэкране. Истинная конечная цель квотирования, однако, — посещаемость российских фильмов, их реальная социокультурная работа, а не просто показ, который, как известно, даже при отсутствии специальной заинтересованности, — нередко происходит в практически пустых залах.

К сегодняшнему дню диагноз, поставленный российскому кинематографу К. Шахназаровым, не потерял своей актуальности и значимости. Ныне, как и в самом начале этого века, многие решения, определяющие прокат кинофильмов в России и их освоение зрительской аудиторией, принимаются, по сути, далеко за пределами страны. Надо только иметь в виду, что все же выносят эти решения не столько менеджеры, сколько в конечном счете те, кто снимает интересные для зрителей фильмы. На главном участке конкурентной борьбы сходятся не зарубежные и российские управленцы, а снятые кинематографистами картины. А многолетняя статистика свидетельствует, что постсоветское фильмопроизводство не проявляет заметных признаков серьезно потеснить своего конкурента. Насос мирового кинорынка, легко втянувший в 1990-е годы российскую киноаудиторию в глобальное коммерческое пространство, продолжает ее надежно удерживать. Она в основном была и остается частью «глобальной деревни», где смотрят и обсуждают одни и те же фильмы.

Изобретенная Голливудом кинематографическая составляющая «глобальной деревни» абсолютно необходима ему для самоокупаемости его производства высокобюджетных блокбастеров, подавления с их помощью конкурентов на мировом рынке. Характер и масштабы деятельности Голливуда таковы, что производство глобальных фильмов — условие его экономического выживания<sup>4</sup>. Вместе с тем глобальное кино стало уже реальной социальной необходимостью планетарного масштаба. Потребность смотреть глобальные фильмы голливудского производства весьма и весьма велика на пяти континентах.

<sup>4</sup> Prokop, D. Soziologie des Films. — Frankfurt am Main, 1982. S. 150–154.

Глобальное их потребление предстает как проявление позитивной составляющей глобализации — культурного единения человечества. Другое дело, что происходит оно главным образом только на нижних этажах его социальной, возрастной и социокультурной стратификации. И далеко не лучшим образом. При всем том это весьма важный факт. Единение эстетического меньшинства всех стран на почве освоения и почитания киношедевров при всей его объективной необходимости это даже не полдела в свете исторической миссии кинематографа.

### **Природа глобализации**

Ключевые проблемы разумной самоидентификации и самокупаемости российскому кинопроизводству приходится решать в ситуации, когда под влиянием глобализации значительная часть внутреннего рынка еще в 1990-е годы отвернулась от него. «Дорожная карта» к зрителю, чтобы быть верной, должна выстраиваться, в частности, с глубоким пониманием природы глобализации. Что она представляет собой — нечто неизбежное и ему надо полностью покориться или же такое, чему в каких-то отношениях непременно нужно противостоять? В процессе практического решения конкретных вопросов этот общий вопрос неизбежно возникает перед топ-менеджерами, практиками кино и разработчиками государственной кинополитики, реально стремящимися к подлинному и серьезному успеху.

Глобализация — объективный исторический, а потому неотвратимый процесс. Неизбежен он прежде всего потому, что человечество изначально едино по своей антропологической природе и месту обитания в Космосе. Человеческий род во все времена жил и продолжает жить в столь же едином — глобальном — природном мире. Воздух, объективно являющийся главной ценностью людей, свободен в своем перемещении над планетой и неделим. Но изначальное единство контрастно сопряжено с колоссальной, исполненной взрывным историческим драматизмом этнической разнородностью. Человечество этно-территориально фрагментировано. Антропологическое и физическое природное пространство мира рассечено огромным количеством государственных границ. Каждый этнос владеет лишь определенной частью наличных природных ресурсов планеты, являющихся земной основой его истории. Будучи стесненными, различные этнические сообщества во все времена стремились выйти за их пределы. Разными путями, включая длительные кровопролитные войны, границы отчасти

раздвигались, отчасти просто становились прозрачными для торговых и иных контактов. В результате формировалось и постоянно расширялось единое экономическое, социальное, политическое и духовное пространство. Тем самым изначальное, данное самой природой, единство человечества все больше дополнялось многоплановым социальным единением.

Ныне планетарная интеграция человечества стала особенно осязаемым историческим фактом. Плодами глобализации пользуется практически каждый человек. В этом свете превращение человечества в единый организм с небывало высоким уровнем целостности — момент, безусловно, положительный. Когда государственные границы утрачивают истари присущую им жесткость и становятся не столь уж непреодолимым барьером, возможности взаимобогащения народов мира велики как никогда. Но у этой медали, как и любой другой, есть и обратная сторона: унификация этнических общностей, нивелировка культурного разнообразия и т. д. Все это неизбежно порождает идеологию и общественное движение антиглобализма.

Отношение к глобализации разное. Тем не менее, этот процесс происходил, происходит и будет происходить. Согласно И. Канту, которого можно считать также теоретиком глобализации, действует замысел самой природы, реализующей свои планы через человека и общество. В статье с характерным названием «Идея всеобщей истории во всемирно-гражданском плане» философ писал: «...После нескольких преобразовательных революций наступит когда-нибудь, наконец, такое состояние, которое природа наметила в качестве своего высшего замысла, а именно — всеобщее всемирно-гражданское состояние как лоно, в котором разовьются все первоначальные задатки человеческого рода»<sup>5</sup>.

Обозначенная перспектива заманчива. Но это именно конечная перспектива, путь к ней долог и чрезвычайно тернист. Иммануил Кант поясняет почему: «Средство, которым пользуется природа, чтобы обеспечить развитие всех задатков людей, есть антагонизм между ними в обществе, поскольку он в конце концов становится причиной его законосообразного порядка»<sup>6</sup>.

Нынешнее планетарное единство человечества в своей основе держится прежде всего на разнообразных производственно-экономических связях. Скрепки эти прочны и постоянно усиливаются. Духовная сфера не поспевает за ними, «отстает». Экономическая и связанная с ней политическая глобализация требует в качестве своего подкрепления так называемого «до-

<sup>5</sup> Кант И.  
Сочинения в 4-х томах на немецком и русском языках.  
Т. 1: Трактаты и статьи (1784–1796).  
М., 1993. С. 115.

<sup>6</sup> Там же. С. 91.

гоняющего развития» в сферах ментальности, сознания, культуры. Роль своего рода ускорителя отводится средствам массовой коммуникации. Но имитационное развитие, тем более форсированное, в целом несовместимо с природой духовных процессов в конкретных обществах, с ценностью аутентичности их содержания. Оно чревато глубокими деструктивными последствиями из-за возникающей нестыковки в обществе интересов и представлений разных социальных групп.

Что касается национальных кинематографий, являющихся одновременно искусством и средством массовой коммуникации, их функциональная роль сегодня противоречива. Будучи потенциально мощным средством образного выражения и закрепления культурной идентичности конкретных народов, они из-за натурализации Голливуда в своей практике и их продюктов отчасти являются проводниками инокультурных влияний, служат целям культурной унификации.

### **Идеал и реальность**

В идеале глобальность кинопроцесса означает, что фильмы производятся во всех или почти всех странах и истинно лучшие фильмы каждой отдельно взятой страны распространяются и потребляются в любой другой стране мира. Понятая таким образом глобализация кинопроцесса означает его истинную интернационализацию, заключающую в себе огромные позитивные возможности для каждой национальной кинематографии и ее аудитории. Но в действительности происходит нечто иное. Плоды глобализации определяют механизмы рынка, жесткой конкурентной борьбы на нем отнюдь не по нравственным и эстетическим критериям. Конкретная национальная кинематография влияет на процесс и итоги глобализации постольку, поскольку она конкурентоспособна в коммерческом отношении. Отсюда возможность и реальность «культурного империализма».

Давно уже сложилась такая ситуация, что фильмы, производимые в одной стране — США, доминируют в мировом кинопрокате. Но смотрят ли американцы фильмы производства других стран? В 1991 году американская газета «Вэрайети» обнародовала интересную на этот счет статистику за 1960–1990 годы. Период достаточно длительный, чтобы вырисовались закономерности взаимодействия США и остальных кинематографических держав, европейских в частности. Обратимся, например, к итогам проката в США итальянских фильмов. Среди них на первом месте оказалась «Сладкая жизнь»

Ф. Феллини, получившая в 1959 году главный приз международного кинофестиваля в Канне. Кассовая выручка составила скромные для США \$ 18 млн. «Брак по-итальянски» В. Де Сика при его очень большом зрительском потенциале собрал лишь \$ 9 млн. Из 33 наиболее успешных фильмов итальянского производства за три десятилетия 11 (каждый третий) имели кассовый успех менее \$ 2 млн.

Кассовые сборы «Брака по-итальянски» в два раза ниже по сравнению со «Сладкой жизнью». А ведь зрительский потенциал этой картины, созданной с прицелом на вкус массового зрителя, значительно выше. Почему так получилось? Не потому ли, что кассовые иностранные фильмы в главную сеть коммерческих кинотеатров, по сути, не допускались? Прокат европейских фильмов, судя по всему, ограничивался интересами «продвинутой» публики и возможностями так называемых арт-хаусов. Кроме бокс-офиса, к такому выводу нас склоняют названия упомянутых выше фильмов и имена их создателей.

Касаясь фильмов производства других европейских стран, уместно отметить, что из числа французских на первом месте оказалась «Клетка для безумцев» Э. Молино, получившая в 1980 году «Оскара». Картина собрала \$ 17 млн. (6,3 млн. зрителей). Кассовый успех замечательного фильма К. Лелюша «Мужчина и женщина» составил лишь \$ 13 млн. В порядке сравнения заметим, что даже в СССР с его цензурой ее посмотрели 27,9 млн. зрителей.

Среди немецких картин на первом месте оказалась великолепная лента В. Петерсена «Лодка». Кассовый успех, однако, скромный — \$ 11 млн. Посмотрели ленту 3,7 млн. зрителей. А вот второму в списке самых успешных немецких фильмов «Жестяному барабану» Ф. Шлэндорфа сопутствовал кассовый успех, равный \$ 4 млн. На сеансах этой картины побывали всего 1,5 млн. зрителей.

За тридцать один год американского кинопроката ни один зарубежный фильм не собрал более \$ 20 млн. Кассовый успех более \$ 10 млн. сопутствовал только 9 фильмам из всего массива мировой кинопродукции. И это при огромной емкости американского кинорынка, дороговизне билетов и оглушительном кассовом успехе продукции собственного производства. Глобализация оборачивается здесь деинтернационализацией.

### **Относительная закрытость западных кинорынков**

К такому выводу в начале XXI века пришел европейский киноаналитик Э. Ланге. Речь идет о возможностях пробиться

на рынки США и Евросоюза фильмам других стран. В этот период на рынке США доля фильмов остального мира, если не считать продукцию совместного производства, заключалась в пределах 5%, в Европейском союзе — 1–3,6%<sup>7</sup>. Примечательно, что в том и другом случаях рыночная доля продукции «остального мира» представлена в основном посещаемостью фильмов промышленно развитых стран (Япония, Австралия, Канада) и Юго-Восточной Азии (Гонконг, Тайвань). Э. Ланге приходит к обескураживающему выводу: фильмам третьего участника мирового кинорынка, куда, заметим, входит и Россия, места на киноэкранах США и Европейского союза практически нет<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> Focus 2002. World Film Market Trends. — Strasbourg, France: European Audiovisual Observatory, 2002. P. 5.

<sup>8</sup> Ibid. P. 6.

Любопытная картина относительной закрытости западных кинорынков вырисовывается по статистике посещаемости в Евросоюзе фильмов из трех географических регионов, имеющих с ним «привилегированные» экономические и культурные отношения. Во второй половине 1990-х годов 42 фильма из Центральной и Восточной Европы прокатывались как минимум в коммерческой сети одной из стран Европейского союза. Эти четыре десятка фильмов собрали всего 2,2 млн. зрителей. Их доля на рынке близка к нулю — 0,054%. Аналогично 54 фильма из стран средиземноморского бассейна, тоже показанных как минимум в одной стране Евросоюза, привлекли в кинозалы 3,5 млн. зрителей. Их доля на рынке — 0,084%. Далее, в аналогичных условиях 75 картин латиноамериканского производства удостоились внимания 6 млн. зрителей. Их доля на рынке — 0,14%. Э. Ланге подчеркивает в этой связи, что для третьих стран, исключая Канаду, Австралию и Японию, европейский кинорынок более закрыт, нежели североамериканский для фильмов Европейского союза<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> Ibid.

Обнаруживается любопытная картина: страны Европейского союза, постоянно сетующие на недоступность американского кинорынка, сами закрыты для остального мира. Что касается России, то, например, по прокатному потенциалу фильм постсоветского производства «Сибирский цирюльник» Н. Михалкова, кстати, содержательно и стилистически выстроенный в расчете и на западного потребителя, собрал в Евросоюзе за 1999–2000 годы всего 1,3 млн. зрителей<sup>10</sup>. И этому относительному успеху фильм обязан практически одной стране — Франции (961 тыс. посещений).

В чем же причина такой закрытости кинорынка Европейского союза? Пытаясь ответить на этот вопрос, Э. Ланге в упомянутой выше работе приходит к любопытной мысли

<sup>10</sup> Admissions for The Barber of Siberia. — Strasbourg, France: Lumiere Database, 1998 // URL.: www.lumiere.obs.coe.int/web/FR/film\_stats.php?film-id=12095. Ibid (дата обращения: 19.02.2002).



о закрытости Европы для самой себя и объясняет это комплексом причин — культурной и лингвистической фрагментацией Европы, доминированием американского кинематографа, почти полным отсутствием действующей в европейском масштабе дистрибьюторской структуры. Аналитик утверждает, что эти причины, обуславливающие закрытость Европы для самой себя, открывают определенные перспективы для третьих стран мирового кинорынка. И не только для тех, с которыми у Европейского союза, как отмечалось выше, имеются привилегированные культурные и экономические отношения, то есть и для российского, африканского и азиатского кинопроизводства.

Фактически речь идет о возможности пробиться к предельно скромной потенциальной аудитории. По оценке Э. Ланге, она насчитывает примерно один миллион любителей кино, отличающихся эстетической восприимчивостью к фильмам на иностранных языках, в которых «часто используются формы кодификации киноязыка, отличные от тех, к которым прибегают в голливудских и национальных фильмах»<sup>11</sup>. Действительно, хотя специфических кинематографических языков меньше, чем естественных, но они тоже существуют. Усваивая еще в детстве один или два, в лучшем случае три киноязыка, взрослый европейский зритель испытывает затруднения в приобщении к новому. Эту истину, кстати, хорошо понимает Голливуд, умело и заблаговременно приобщая, в частности, подрастающие поколения России к характеру, стилистическим и жанровым особенностям своей продукции. Не секрет, что для большинства юных россиян язык национального кино первым по времени усвоения не является. И с этим особенно надо что-то делать, применительно к российскому кино хорошо помня, что спасение утопающих, пока они еще живы, должно быть также делом рук самих утопающих. В противном случае квотирование скорее повредит ему, чем поможет.

Достойное бытие национального кино в условиях глобализации зависит от того, насколько топ-менеджерам киноотрасли, организаторам и практикам кинопроизводства, дизайнерам государственной кинополитики удастся поставить и правильно решить три вопроса. Во-первых, это обладание необходимым и достаточным знанием о состоянии и закономерностях кинопроцесса в целом (*вооруженность научным знанием*). Во-вторых, разработка разного рода социальных технологий практического действия на основе необходимого и непременно востребованного точного знания (*рационализация практических*

<sup>11</sup> Focus 2002. World Film Market Trends. — Strasbourg, France: European Audiovisual Observatory, 2002.

действий). В-третьих, обоснованное планирование и достаточно надежное предвидение результатов практических действий в их количественном выражении (*количественный контроль конечных итогов функционирования кинематографа*). ■

---

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Культурологические записки. Выпуск 9. Художественная культура в эру глобализации.* — М., 2004. — 318 с.
2. Moeschler O. *Der Schweizer Film. Kulturpolitik im Wandel: der Staat, die Filmschaffenden, das Publikum.* — Marburg, 2013. — 138 S.
3. Жабский М.И., Тарасов К.А. Развитие киноведения в институционально-контекстуальной перспективе // *Культура и искусство.* 2015, № 1 (25). — С. 16–31. DOI: 10.7256/2222-1956.2015.1.13481.

#### REFERENCES

1. *Kulturologicheskie zapiski. Vipusk 9. Khudozhestvennaia kultura v eru globalizatcyi [Culturology transactions. Issue 9].* — M., 2004. — 318 s.
2. Moeschler O. *Der Schweizer Film. Kulturpolitik im Wandel: der Staat, die Filmschaffenden, das Publikum.* — Marburg, 2013. — 138 S.
3. Zhabskiy M.I., Tarasov K.A. *Razvitiye kinovedeniya v instituzionalno-kontekstualnoy perspective [Development of Film Studies in institutional-organizational perspective] // Culture and Art.* 2015, № 1 (25). — P. 16–31. DOI: 10.7256/2222-1956.2015.1.13481.

# Cinema and Globalization

**Mikhail I. Zhabskiy**

*Doctor in Sociology*

UDC 778.5.01

**ABSTRACT:** Conditioned by globalization, the planetary integration of humanity is contradictory. Ideally, globalization contains enormous positive possibilities for every society, it contributes to the true internationalization of the cinema process therein. But its actual results are determined with the mechanisms of the world film market monopolized by Hollywood. Globalization predominantly takes the form of Americanization. Instead of the internalization of the cinematic life of specific societies, something opposite is occurring: its deinternationalization.

Objectively, there is a loss for the cinematic life of the US, too. Drawing on statistical data for 1960–1990 published by the *Variety* newspaper (1991), the author considers the place of European films in American theatrical distribution. For 31 years, not one foreign film had grossed there more than 20 million dollars. Just nine films out of the entire body of world cinematic productions saw box-office success of over 10 million dollars. And this in view of the gargantuan capacity of the American market. The titles of the most successfully run films, their makers' names, and the magnitude of the box-office testify that highly grossing European films, in effect, are prohibited from the main US commercial network. The theatrical exhibition of European films is limited to the interests of the «advanced» public and of art-houses. At the same time, the European Union countries, while lamenting the inaccessibility of the American market, themselves are relatively closed from the rest of the world to which Russia belongs too.

The respectable development of Russian, as well as of any other national cinema, under the conditions of globalization depends on the correct positing and solution of three issues for practical film policy: the possession, by its subjects, of the necessary and sufficient system knowledge on the condition and causalities of cinema process as a whole (equipment with scientific knowledge); the design of multifarious social technologies on the basis of requisite and definitively required exact knowledge (the rationality of practical actions); substantiated planning and sufficiently reliable prediction of practical-action results in their quantitative rendition (quantitative control of the results).

**KEY WORDS:** humanity, globalization, planetary unification, «catch-up development», Hollywood, market, global cinema, «the global village», the relative insularity of film markets, film policy