



Как возможно «свое» конкурентоспособное кино

М.И. Жабский

доктор социологических наук

УДК 778.58.004

АННОТАЦИЯ

Автор предлагает и обосновывает инновационное направление возрождения и развития российского фильмопроизводства, исходя из социологического видения существа проблемы повышения его конкурентоспособности и путей ее достижения в рамках возможностей государственной кинополитики. Поскольку решение частных вопросов в этой сфере зачастую упирается в нерешенные общие вопросы, в статье, подготовленной в Государственном институте искусствознания, предварительно рассматриваются исторические и теоретические аспекты проблемы.

Все слухи о том, что... нам наплевать на американское кино, мы хотим наше, потому что устали, — сплошная болтовня. Потому что мы играем на той половине шахматной доски, на которой играют американцы с их нехитрой темой: один убил, а другой мстит.

А. Герман

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

кинопроцесс,
русская
киноиндустрия,
аудитория,
конкурентоспособность,
государственная
кинополитика,
интегральная
ценность фильма,
культурная идентичность

Предварительные замечания

В начале 1980-х годов 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»¹. Этот же урок, только двумя десятилетиями позже, объективно преподнесен и России. Столь серьезный исторический вызов, продиктованный культурными тенденциями современного глобализма, властью, похоже, пока должным образом не осознан. Адекватного ответа на него, тем более, нет. Имея это в виду, мы рассмотрим следующие вопросы: история кризиса конкурентоспособности отечественного кино и современное ее состояние, теоретические основания и социальная технология эффективной реализации, на наш взгляд, единственно существующей возможности более или менее масштабно возро-

¹ Mattelart, A. European film policy and the response to Hollywood / The Oxford Guide to Film Studies. — Oxford, 1998. P. 480.

дить российское кино со своим лицом. Такая возможность имеется, но она как бы заперта в механике кинопроцесса. Стать реальностью эта скрытая перспектива может лишь при условии организации подлинно демократического взаимодействия субъектов кинематографического процесса, направляемого средствами рациональной государственной политики.

Реальность такова, что индивидуальный зрительский выбор не в состоянии предвидеть и учесть деструктивные последствия коллективного зрительского выбора в условиях рыночного производства и распространения фильмов. В то же время нынешняя государственная кинополитика, декларативно нацеленная на повышение социальной и коммерческой отдачи фильмопроизводства, такого рода синтеза результатов не достигает. Национальное кино переживает затяжной и глубокий кризис. Одна из причин — трудно поддающаяся рациональному пониманию гипертрофированная солидарность между декларативно ориентированным на бизнес сегментом кинематографического сообщества и государством как инвестором отечественного фильмопроизводства.

Содержательные и формальные особенности кинозрелища, вектор его функциональной направленности де-факто определяют главным образом бизнес-сообщество и выражающие его интересы практики кино. При этом вожделенная самоокупаемость кинопредпринимательства не обеспечивается, а о должном удовлетворении интересов государства, связанных с позитивным самовыражением нации средствами кино, воспроизводством коллективной идентичности и формированием базовых ценностей гражданина российского общества, не может быть и речи. Несмотря на это, государство вносит огромный вклад в финансирование фильмопроизводства. В ситуации столь нерациональной солидарности государства с частными структурами строительство национального кинематографа, приверженного традициям национальной культуры и на приемлемом уровне конкурентоспособного в широком спектре его функциональности, в принципе бесперспективно. Необходима перезагрузка государственной кинополитики.

Остроту проблемы конкурентоспособности российского кино красноречиво передает профессионально-кинематографическая риторика. Так, в 2011 году в Сочи состоялась весьма амбициозная конференция. Ее участники, пытаясь определить основные направления стратегии развития киноиндустрии России на период 2012–2020 годы, обсуждали различные аспекты кино-ситуации в стране. Касясь темы «Рентабельность и конкурентоспособность как ключевой фактор», один из докладчиков утверждал, что ему приходится говорить о том, «чего не существует

² Всероссийский форум «Кино России 2020». Стенограмма II конференции «Основные направления стратегии развития киноиндустрии Российской Федерации». Сочи, 6 июня 2011//URL: http://www.kino2020.ru/docs/?ELEMENT_ID=1767 (дата обращения — 24.04.2012).

³ Там же.

⁴ Кинопроцесс. 2001. № 1. С. 143.

в российской киноиндустрии»². Другой же докладчик утверждал: «Государственная кинополитика в области кинематографии направлена на дальнейшее развитие отечественной киноотрасли с целью обеспечения зрительской аудитории конкурентоспособной кинопродукцией отечественного производства»³.

Если понимать первого докладчика буквально, то, выходит, отечественное кино напрочь лишено конкурентоспособности, а государственная кинополитика в России не имеет вполне осязаемого предмета. Но его слова можно понимать и как заостренную формулировку жгучей проблемы. Конкурентоспособность российских фильмов в коммерческом ее проявлении на кинотеатральном рынке есть не что иное, как мера их присутствия здесь, выражаемая процентной долей в суммарных доходах от показа фильмов. Статистика свидетельствует, что российское кино не лишено коммерческой конкурентоспособности. Проблема в том, что она низкая. И задача (правда, отнюдь не главная) рациональной государственной кинополитики поднять ее до приемлемого — количественно фиксированного уровня.

Каким, однако, должен быть этот уровень и когда реально его можно достичь? Мнения — разные. В 2001 году продюсер С. Сельянов сделал такой прогноз: «...В обозримом будущем все рынки мира будут заняты американской продукцией... Реальная программа-максимум для российского кино на ближайшие 50 лет — это забрать себе процентов 30 внутреннего рынка, а на ближайшее десятилетие — хотя бы процентов 10–15»⁴. Языком статистики посещаемости российских кинотеатров жизнь вскоре опровергла, но и в чем-то одновременно подтвердила этот откровенно пессимистический прогноз. Спустя не 50 лет, а всего четыре года (2005 г.) конкурентоспособность российского кино почти достигла 30-процентной отметки (29,5%). В дальнейшем она без каких-либо «хотя бы» держалась на уровне выше 15%. Что касается частичного подтверждения слов С. Сельянова, то в них были верно отражены дефицит амбиций и слабость амуниции у тех, кто определяет, какие паруса и как поднимать российскому кинокораблю, куда ему плыть дальше.

В прогнозах, как известно, рассчитывать на гарантированный успех трудно, а в сложных вопросах и вовсе невозможно. Но вероятность успеха повысится, если опираться на объективную оценку существующей ситуации, понимание и учет причинно-следственных отношений в ней, знание истории вопроса. В самом деле, когда и при каких исторических, общесоциальных обстоятельствах в России возникла проблема конкурентоспособности отечественного кино?

К истории вопроса

Неверно думать, что проблема конкурентоспособности отечественного кино возникла в постсоветский период. Острая озабоченность по этому поводу имела место еще в период, когда практически никто из серьезных людей и думать не мог о возможном крахе СССР в обозримом историческом будущем. Первым в колокола громко забил кинорежиссер В. Мотыль, опубликовав 3 декабря 1985 года в газете «Советская Россия» статью «Взывая к совести». В ней констатировалось: «Посещаемость отечественных фильмов в последнее время снижается все заметнее. ... Ленты самых крупных наших киностудий вдвое утратили свою популярность. Каждая картина «Мосфильма» десяток лет тому назад собирала 18 миллионов зрителей, теперь — чуть больше 9 миллионов. «Ленфильм» снизил показатели с 14 миллионов до 6,3».

В. Мотыль привел данные о посещаемости фильмов главных отечественных киностудий по состоянию на середину 1980-х годов. Но что происходило до этого? Статистика свидетельствует, что средняя посещаемость одного игрового фильма за год проката в период наивысшей зрительской активности населения СССР составляла: 1962-й — 12,0 млн. зрителей, 1965-й — 13,2 млн., 1969-й — 15,8 млн., 1973-й — 11,7 млн. При этом средняя посещаемость одного фильма отечественного производства равнялась соответственно 16,2, 14,8, 15,1, 12,7 млн. за год проката. Как видим, на протяжении большей части означенного временного отрезка (1962–1973) посещаемость среднестатистического фильма в рамках всего репертуара увеличивалась, а по картинам отечественного производства — падала.

Что касается показателей посещаемости фильмов производства развитых капиталистических стран, то они в названные годы свидетельствовали преимущественно о противоположной тенденции: 12,8, 14,2, 18,0, 15,7 млн. посещений за год проката. Весьма примечательно, что именно эта тенденция, а не та, что просматривалась в цифрах посещаемости отечественных картин, воспроизводила общую направленность изменений посещаемости одного среднестатистического фильма.

Обращает на себя внимание динамика соотношения количества отечественных и зарубежных названий в списке фильмов-лидеров кинопроката за год, то есть собравших не менее 20 млн. зрителей. В 1960-е годы в нем преобладали названия отечественных лент. В 1969-м, когда в СССР началось общее снижение кинопосещаемости в расчете на душу населения, отечественных хитов было 39, зарубежных — 25. В 1970–1972 годах соотношение выровнялось: соответственно, 23 к 23, 20 к 20, 20 к 20. Затем в отдельные

годы пропорции отечественных и зарубежных названий среди фильмов-лидеров кинопроката складывались уже не в пользу нашего кинематографа: в 1975–1977 годы, соответственно, — 20 к 25, 20 к 22, 15 к 18; в 1979-м — 11 к 20; в 1982-м — 14 к 34; в 1985-м — 10 к 14. И это при том, что одним из проявлений традиционной «статистической лжи» в данном случае являлась некоторая переброска цифр посещаемости с зарубежных фильмов на отечественные.

Из приведенных данных следует, что ослабление конкурентоспособности отечественного кино — тенденция, начавшаяся еще в относительно тепличных условиях советского государственного протекционизма. Примечательна в этой связи следующая особенность практической кинополитики той поры. Когда план по доходам от кино не выполнялся, сложившиеся и как бы узаконенные приоритеты формирования репертуара из отечественных и зарубежных фильмов пересматривались. В ход и открыто, и скрытно пускали зарубежные боевики — «анжелик», «танцоров» и т. д. Этим Советское государство невольно стимулировало зрительский интерес к содержательно, стилистически и функционально альтернативному зарубежному кино, а тем самым и снижение конкурентоспособности отечественных фильмов. Реагируя на данный процесс и пытаясь воспрепятствовать общему снижению кинопосещаемости, государство открывало более широкие возможности проникновения для западных фильмов, главным образом европейских, на внутренний рынок. Как это ни парадоксально, но именно оно невольно положило начало киноэкспансии с Запада, «девятый вал» которой, но уже со стороны североамериканского материка, пришелся на постсоветское время.

Середина 1980-х примечательна тем, что в это время началась акцентированная профессионально-идеологическая атака на устоявшуюся советскую модель кинодела. Централизованный, планово-распределительный характер производства и проката кинофильмов поначалу (напрямую) особому сомнению не подвергался. Критика сосредотачивалась на конечных результатах системы управления. Едва ли не все участники тех дискуссий сошлись во мнении, что профессиональное качество отечественной кинопродукции в целом далеко от удовлетворительного. Резкой критике были подвергнуты «никакие фильмы», «мутная волна эстетической серости на экране» и т. д. Все это происходило на страницах популярной в ту пору массовой печати, вследствие чего атмосфера вокруг отечественного кино еще больше усугублялась. Ощущая это, профессиональный киномеханик прислал в одну из центральных газет письмо с провидческим, как позже оказалось, рецептом лечения болезни: «Производство отечественных филь-

⁵ Цит по.: Под знаком вестернизации. Кино - публика - воздействие. — М., 1995.

мов — свернуть. В кинотеатрах показывать зарубежные картины — американские, французские, итальянские...»⁵. Кинокритик, обнародовавший столь дерзкий для того времени рецепт, в своем комментарии негодовал, иронизировал, вопрошал наконец: как вразумить человека, смотрящего на мир сквозь узкое окошко кинокассеты, как убедить человека, чье сознание плоско, как экран? Его вопросы, как показало время, тоже были провидческими. Только касались они уже не отдельно взятого человека.

Тотальный кризис конкурентоспособности

В постсоветское время началось строительство капиталистического рынка в кино. Кинематографические границы страны открылись. Сообщество создателей фильмов вступило в период, когда важно не столько то, что оно способно произвести, сколько то, что оно способно продать дистрибьюторам, кинопоказчикам и зрителям, чьи ценностные ориентации и ожидания уже изрядно глобализированы. В этих условиях, усугубленных обнищанием населения, в России произошел, по сути, тотальный кризис конкурентоспособности традиционного кино вообще, а национального — в особенности. Вброс кинематографа в псевдорынок привел в ту пору к тому, что за одно десятилетие (1990-е гг.) посещаемость кинотеатров в стране сократилась в 38 раз. От былых 1,6 млрд. кинопосещений осталось только 42 млн.

Перед российским кинематографом, кассовых сборов которого в советский период хватало, кроме самофинансирования, еще и на оплату труда врачей и учителей, особенно остро встала проблема коммерческой конкурентоспособности. Сложность проблемы заключалась в том, что, во-первых, национальное кино искало и наощупь обретало новую техническую и культурную идентичность. Во-вторых, ему приходилось иметь дело уже с другой аудиторией в тройном смысле — *социально-демографическом* (связанном не только с естественной социально-биологической сменой поколений), *общекультурном* и собственно *кинематографическом*. В-третьих, принципиально изменились характер и направления влияния социального контекста на российское кинопроизводство. В то же время был и оставался только один способ надежного практического решения сложнейшей проблемы конкурентоспособности национального кино в условиях глобализации. Это — *управленческий контроль цепочки значимых взаимосвязей в кинематографической жизни общества, комплексное регулирование кинематографической подсистемы общественной жизни*.

Работа на столь высоком социально-технологическом уровне требует основательного научного обеспечения. Чтобы знать, как

⁶ Людвиг Фейербах. История философии. Собрание произведений в трех томах. Т.1. — М., 1967. С. 96.

действовать, надо иметь достаточно полный и глубокий ответ на вопрос о том, что представляет собой объект действия, каково состояние его статики и динамики, взаимодействия со средой. Словом, необходимо располагать соответствующим истинным знанием. Как утверждал Ф. Бэкон, а вслед за ним и Л. Фейербах, «истинно знать что-либо — значит знать его причину»⁶. Чтобы иметь представление, как можно реально повысить конкурентоспособность российского кино, надо знать, почему она столь низкая и каковы объективные, практически осуществимые предпосылки ее роста. На уровне этого субъективного фактора мы обнаруживаем существенную причину неудач: реформаторы киноотрасли такой информацией не владеют. Это вопросы компетенции науки, а также практического использования ее результатов. Без основательного участия науки в решении проблемы конкурентоспособности невозможно знать и практически эффективно приводить в нужное действие более или менее глубокие причинно-следственные отношения в кинематографической жизни общества, в частности, во взаимодействии кино и его потенциального зрителя.

Реальность такова, что проблема конкурентоспособности отечественного кино, вставшая еще в советский период, решалась и по сей день решается без серьезного участия науки. Достойное решение сложнейшей проблемы пытаются найти на основе поверхностного и фрагментарного знания конкретики и причинно-следственных отношений в кинематографической жизни общества — знания в том объеме и с той глубиной, что доступны здравому смыслу, интуиции и практическому опыту работников сферы управления, практикам кино и т. д. В отсутствии надлежащего теоретического обеспечения практических усилий, направленных на повышение конкурентоспособности отечественного кино, с одной стороны, и в нежелании или невозможности по каким-то причинам воспользоваться тем знанием, что реально предлагает наука, — с другой, заключается одна из главных причин не только нынешних, но и будущих неудач в решении проблемы, крайне важной для российского общества и государства.

Пирамида конкурентоспособности российских фильмов

Взаимодействие обновленного российского кинематографа и реструктуризированной зрительской аудитории в последние годы (2009–2011) имело своим следствием своеобразный расклад суммарной конкурентоспособности по всему массиву запущенных в прокат фильмов. Наши расчеты по материалам открытых источников показывают, что в кассовом выражении потенциала конкурентоспособности годовой массив российских фильмов вы-

страивается согласно *статистической закономерности*, которая, однако, может и должна обрести иной вид с помощью средств практической кинополитики. Так, в 2011 году фильмы из списка *Топ-20* на 85% вмещали потенциал конкурентоспособности всех показанных за год российских фильмов. В свою очередь фильмы *Топ-10* на 81% покрывали кассовые сборы по *Топ-20*, а фильмы *Топ-5* — на 68% сборы по *Топ-10*, фильм *Топ-1* («Высоцкий. Спасибо, что живой») — на 29% сборы *Топ-5*. И еще. Фильм *Топ-1* имел большую кассу, чем остальные несколько десятков картин.

Обратимся теперь к статистике за 2010 год. Вся касса российского кино на 93% покрывалась сборами от фильмов *Топ-20*. Кассовые сборы по *Топ-20* на 82% содержались в сборах *Топ-10*. Содержание кассы *Топ-10* на 67% оказалось в кассе *Топ-5*, а кассы *Топ-5* — на 27% в кассе фильма *Топ-1*.

В 2009 году список *Топ-20* обеспечивал 93% сборов всех российских фильмов. В кассе *Топ-10* оказалось 83% кассы *Топ-20*, в *Топ-5* — 68% кассы *Топ-10*, наконец, в *Топ-1* — 24% сборов по списку *Топ-5*. Касса фильма *Топ-1* оказалась богаче суммарной кассы всех фильмов ниже *Топ-20* (\$21,92 млн. против \$12,427 млн.).

По итогам трех лет вырисовывается резюмирующая закономерность. *На Топ-20 приходится 85–93% кассовых сборов всех российских фильмов за год, на Топ-10 — 81–83% кассы Топ-20, на Топ-5 — 67–68% кассы Топ-10, на Топ-1 — 24–29% кассы Топ-5. Сборы фильма Топ-1 превышают суммарные сборы примерно полусотни фильмов, оказавшихся за пределами Топ-20.* В порядке верификации, сформулированной закономерности в 2011 году рискнем утверждать, что обозначенные курсивом цифровые показатели — *довольно точный прогноз будущих итогов 2012 года.* Время, конечно, покажет. Если прогноз подтвердится, это будет свидетельством того, что деятельность созданного несколько лет назад Фонда кино не повлияла на отмеченную статистическую закономерность расклада суммарного потенциала конкурентоспособности российских фильмов. Следовательно, желательного результата очередная новация кинореформаторов пока не дает.

Итак, по потенциалу конкурентоспособности массив российских фильмов, созданных за год, закономерно выстраивается в виде пирамиды. Если не фиксировать ее госбюджетными скрепами, она неизбежно рухнет. Большая ее часть рассыплется. Направляется оправдательная ссылка: российское кино — сверхрискованный бизнес. Однако просчитывались ли риски при создании основной массы фильмов, которые оказались под вершиной пирамиды? Если из года в год мы находим здесь одну и ту же удручающую картину, то не потому ли, что для многих продюсеров

⁷ Некоторые заметки к подготавливаемому «ЗАКОНУ О КИНО» // СК-Новости. 27.07.2012.

⁸ Там же.

главная проблема риска состоит в том, удастся ли им, получив безвозмездную бюджетную помощь, кормиться за счет производства, а не проката фильма? Как отмечает В. Бортко, «продюсер практически НЕ ЗАИНТЕРЕСОВАН в конечном получении прибыли от фильма. Он получил свою прибыль в «процессе производства»⁷. Задача государства, по мнению режиссера, «максимально заинтересовать» производителя «в привлечении зрителя в кинотеатры»⁸.

Но тогда возникает вопрос: каких производителей, да еще на условиях конкурса, выбирает государство для кинематографического освоения денег налогоплательщиков в целях удовлетворения кинопотребности последних? Вопрос касается рациональности государственной кинополитики. Среди людей, причастных к ее разработке, укоренилось убеждение, что государство обязано гарантировать производство как минимум 52-х фильмов — это по немудреному критерию количеству недель в году. Когда правительство возглавлял М. Касьянов, было принято решение о бюджетной поддержке производства 100 фильмов в год и обеспечения их 25-процентного присутствия на киноэкране. Так виделась цель кинополитики с точки зрения здравого — отнюдь не заточенного на проблему конкурентоспособности — смысла. Выстроенная в дальнейшем пирамида конкурентоспособности российских фильмов, как показано выше, оказалась большей частью пустотелой. Даже предпринятый простой статистический расчет, не говоря уже о концептуальной проработке вопроса, напоминает: государственный интерес заключается не в том, сколько фильмов страна производит и показывает на киноэкране. В этом больше заинтересовано кинематографическое сообщество. Главное для государства — присутствие национальных фильмов в духовной жизни общества, их действенность в плане возврата затраченных денег. Чем больше игнорируется эта истина, тем хуже для конкурентоспособности российского кино и общества в целом.

Извечные русские вопросы

Киноситуация в стране провоцирует постановку извечных русских вопросов. Принято считать, что в России это два вопроса: Кто виноват? и Что делать? Несмотря на то, что кино переживает затяжной кризис, первый вопрос всерьез практически не обсуждался и не обсуждается. Отчасти потому, что долгое время «разбрасывание камней» считалось делом приоритетной важности. Но с определенного момента предпринимались и попытки построить новое киноздание на месте разбросанных камней. Естественно, возникали ответы-проекты на второй вопрос. Так, в советский период это был проект внедрения хозрасчета в кино и связанное

с ним проведение кинорынков. Затем — в разное время — последовало создание Экспертного жюри как института распределения бюджетных средств на поддержку кинематографа, Центров Российской кинематографии, ОАО «Роскинопрокат», Федерального фонда социальной и экономической поддержки кинематографии. Об эффективности последнего проекта окончательно судить, возможно, еще рано. Что касается остальных — возлагавшиеся на них надежды они не оправдали. Намерения кинореформаторов и полученные результаты соотносились по известной формуле В. Черномырдина: «Хотели, как лучше, а получилось, как всегда». На очереди, возможно, возрождение на государственных киностудиях института художественных советов — наподобие тех, что существовали в СССР. И скорее всего будет проигнорирован тот факт, что художественная экспертиза кинопроекта в принципе не может заменить его тестирование на зрительских аудиториях. Понятно, почему не может: *в рамках традиционной профессиональной оценки приоритетна художественная форма, чистая эстетика фильма, в рамках зрительской — содержание картины, ее этика, функции*. Широкий зритель оценивает фильм в парадигме «антикантианской эстетики» (П. Бурдые).

Почему, однако, неудачи следуют одна за другой? Не потому ли, в частности, что применительно к кино извечных русских вопросов не два, а три. Хотя третий вопрос объективно (по логике вещей) заслуживает того, чтобы быть на первом месте, ставить его реформаторы не желают. Значит, над ним и не задумываются. Между тем этот вопрос очевиден и понятен каждому, кому известна простая истина человеческого и институционального выживания: на ошибках мы учимся. Третий по счету, но сегодня применительно к кино первый по логике вопрос гласит: что не нужно больше делать, чтобы не повторять прежние ошибки, не наступать на одни и те же грабли? Всем понятно, что неудачи имеют свои причины. Если же о них в данном случае не задумываются, то конкурентоспособность либо не столь важна, либо подлинная цель — совсем другая.

Досадная причина неудач в повышении конкурентоспособности российского кино заключается, среди прочего, в том, что последовательно игнорируются в общем-то тривиальные истины. Укажем на одну из них. Всем известно, что человек живет в мире причинно-следственных отношений. Достичь чего-либо в обход этих реалий невозможно. Чтобы поднять конкурентоспособность отечественного кинематографа на приемлемый уровень, надо сознательно привести в действие комплекс определенных факторов успеха. В этом деле важную роль играет, в частности,

системно и рационально осуществляемая государственная кинополитика. Но что мы имеем? Хотя объективно факторы успеха носят комплексный характер, подход к ним на уровне государственной кинополитики фрагментарен.

Логика государственной кинополитики: pars pro toto

Симптоматически примечателен сам термин «кинополитика». С одной стороны, он отражает и закрепляет наклонности топ-менеджеров к фрагментарному подходу к объекту регулирования, а с другой — «выдает» серьезнейший изъян в самой кинополитике. Термин отражает, закрепляет и «выдает» этот изъян, поскольку указывает, что границы объекта политики в данном случае совпадают с традиционными институциональными границами кинематографа, то есть они не простираются дальше сфер производства кинофильмов на студиях, их тиражирования и показа на экранах кинотеатров.

Проблема в том, что все эти сферы, даже будучи вместе взятыми, сами по себе не существуют. Они — органическая часть, фрагмент другого процесса, а именно — взаимодействия производства и *потребления* фильмов, «кинопроцесса в целом» (Н. Лебедев). Термин «кинополитика», оставляя в стороне этот момент, дает известный импульс к тому, чтобы в регулировании социокультурного процесса целое подменять его частью, то есть регулировать не кинопроцесс как взаимодействие сфер производства, распространения и зрительского освоения фильмов, а только — создание, дистрибьюцию и демонстрацию кинолент. На деле целое подменяется частью или суммой частей дважды — в рамках регулирования и кинопроцесса в целом, и самого кинематографа. В одном и другом случае системный подход не практикуется.

Упрощение подхода, подмена системности фрагментарностью объясняется, в частности, тем, что кинопроцесс в целом — сложное, многогранное общественное явление. Как таковое оно трудно поддается комплексному постижению и регулированию. Но в этом социокультурном пространстве разворачиваются различные виды деятельности, требующие серьезной взаимной «притирки». Само кино — это деятельность производственно-технологическая, экономическая, коммуникативная, художественная, идеологическая, социальная. И хорошо известно, что художественная и идеологическая деятельности могут пребывать в определенном взаимном конфликте. Характерны подобные конфликтные отношения также для взаимодействия искусства и экономики в кино, искусства и массового потребления как социальной деятельно-

сти. Фильм, будучи продуктом столь различных и трудно стыкующихся в своем взаимодействии видов деятельности, несет на себе печать всех этих противоречий. Чем меньше учитываются требования каждого вида деятельности и интересов, стоящих за ним социальных субъектов, и, следовательно, не преодолеваются противоречия между ними, тем ниже интегральная общественная ценность созданного фильма, объективно являющаяся промежуточной целью государственной кинополитики. И наоборот.

Возникает вопрос: могут ли субъекты названных видов деятельности выполнять работу по согласованию разнонаправленных интересов в рамках всей системы социокинематографического взаимодействия? В какой-то мере все они выполняют определенную работу в этом направлении, поскольку банальное участие конкретного субъекта в кинопроцессе без участия естественных партнеров невозможно. Вместе с тем должным образом увязать в единый узел весь спектр интересов, затрагиваемых в кинопроцессе в целом, можно только с привлечением средств государственной кинополитики, базирующейся на знании и конструктивном учете хитросплетений интересов, всего комплекса значимых причинно-следственных отношений. В частности, важно должным образом принимать в расчет, что системный кризис национального кинопроцесса в России без комплексно поставленного менеджмента разрешить практически невозможно, а уровень конкурентоспособности отечественного фильмопроизводства, на повышение которого направлена государственная кинополитика, фильмопроизводством самим по себе не определяется. В этом отношении оно чрезвычайно зависимо от способов распространения и зрительского освоения кинопроизведений.

Как отмечает В. Бортко, «практически весь прокат в суверенной России — американский»⁹. Это же утверждает и Г. Поллока: «Наше прокатное пространство принадлежит американцам»¹⁰. Со стороны кинопоказчиков им возражает А. Рязанцев: «Российское кино никогда не дискриминировалось в кинотеатрах. Если оно собирает деньги, то мы его держим на экране»¹¹. Государство в конечном счете интересуется, однако, не кассовые сборы, а собираемый урожай зрительских чувств и мыслей в кинозалах. Это совершенно разные вещи. Вектор умонастроения кинонарода не имеет денежного выражения и, тем более, эквивалента. Кинополитика по принципу *pars pro toto*, сфокусированная на фильмопроизводстве и его коммерческой отдаче в ущерб вниманию к другим структурным блокам кинематографического процесса, обречена на неудачу. Ибо конкурентоспособность российских фильмов многопланова и она — следствие всего строя

⁹ Некоторые заметки к подготавливаемому «ЗАКОНУ О КИНО» // СК-Новости. 27.07.2012.

¹⁰ «О развитии национального кинематографа» // СК-Новости. 27.07.2012.

¹¹ Там же.

взаимодействий в кинематографической жизни общества. Хотя принято говорить и стремиться к конкурентоспособности фильмопроизводства, на самом же деле *единственно корректной практической целью государственной политики является конкурентоспособность всего национального кинопроцесса в его сложной системной целостности.*

Следовательно, ставя интересующий нас вопрос о том, как возможно «свое» достаточно конкурентоспособное кино, а тем более пытаюсь решить его практически, в государственной кинополитике важно руководствоваться системным подходом к кинематографической жизни общества. Встав на эту точку зрения, разработчикам кинополитики с особым вниманием необходимо относиться к тому непреложному факту, что кинематографическая жизнь общества складывается из взаимодействия разных социальных общностей, преследующих свои — очень разные, порой трудно или даже вообще несовместимые — интересы. Показательна такая деталь: «Я, — заявляет А. Прошкин, — кинорежиссер и, соответственно, практически враг прокатчиков, пострадавший»¹². Сказанное напоминает, что кинопроцесс в его системной целостности — это сложная *социокультурная драма*, для эффективного регулирования которой требуется высокопрофессиональная «режиссура», рациональный менеджмент.

¹² Там же.

Пытаясь отрегулировать эту драму таким образом, чтобы ее стержнем было кино, не только коммерчески конкурентоспособное на приемлемом уровне, но и *свое* в социокультурном отношении, *приоритетное внимание в государственной кинополитике логично уделять тем институциональным структурам, творческим личностям и зрительским контингентам, которым «свое» кино близко и понятно в интересах, и интересно.*

В обозначенной социокультурной драме, как и в сценической, по поводу строения которой в свое время рассуждал и оставил знаменитые мысли Аристотель, есть *начало, середина и конец*. Начало этой драмы — фильмопроизводство, середина — дистрибуция и показ, критика и реклама фильмов, конец — их зрительское освоение. Древнегреческий философ подчеркивал, что драматургическое действие может считаться целым, если в нем есть эти три составляющих. Аналогично обстоит дело и с кинопроцессом как социокультурной драмой. Чтобы она обладала достоинствами завершенности и цельности и у нее был «счастливый конец», каждой из этих трех фаз, последней в особенности, должно быть уделено пристальное практическое внимание, обеспечивающее ей суверенность в пределах ее относительной автономности. Необходим системный подход в государственной кинополитике.

Но что происходит на самом деле? Если на кинопроцесс, связанный с производством, распространением и зрительским освоением отечественных фильмов взглянуть в свете сказанного, нетрудно увидеть в общем-то банальное и очень серьезное упущение в государственной кинополитике. Как будто забывается очевидная в своей истинности мысль Аристотеля, что конец в действии находится за другими, и за ним нет ничего. Судя по реальным делам, в «практическом сознании» дизайнеров государственной кинополитики кинопроцесс имеет определенную тенденцию завершаться в момент регистрации снятого фильма. Последующим звеньям живого кинопроцесса, дистрибуции и показу фильмов внимание если и уделяется, то с очевидной неохотой, как бы вынужденно. А о зрительском освоении снятых фильмов, представляющем собой подлинный и «счастливейший конец» кинопроцесса как социокультурной драмы, следовательно, и венец всего дела, как правило, вообще забывают. Преувеличения в сказанном — самая малость. Что касается исследователей, невольно подающих пример политикам, многие из них идут еще дальше, поддерживая тем самым управленцев в их профессиональных ориентациях. Кинопроцесс для них завершается там, где создаются шедевры, «высокое искусство».

Внутренняя полемичность термина «государственная кинополитика»

Как известно, центральной задачей государственной политики является реализация общенациональных интересов в различных сферах жизнедеятельности общества. Не остается вне поля зрения и кинематограф, выступающий, с социологической точки зрения, не столько средством для профессионально занятых в нем людей разбогатеть или обрести славу, сколько важным способом производства человека, его четырех личностных потенциалов (познавательного, созидательного, ценностно-ориентационного, коммуникативного), эмпирически изученных и описанных Ю. Фохт-Бабушкиным¹³. Среди различных видов государственной политики есть законное место и кинематографической. Ее концепция, цели и способы осуществления зависят от типа общества, его идеологии и стоящих перед ним проблем. Что касается современной России, создание «своего» конкурентоспособного кинематографа без целенаправленного участия государственной кинополитики не реально. Такая возможность исключается уже тем, что дистрибьюторские компании и кинотеатральные сети предпочитают продвигать к зрителю зарубежные фильмы, толкая при этом и российское рыночное кинопроизводство к тому, чтобы идти по следам Голливуда.

¹³ Жабский М., Тарасов К., Фохт-Бабушкин Ю. Кино в современном обществе: функции — востребованность — воздействие. — М.: НИИ киноискусства, 2000. С. 56–60, 91–96.

С точки зрения рациональной в социологическом отношении государственной кинополитики, приоритетное значение имеет «свое» конкурентоспособное кино с его специфическими смылосозидательными возможностями, реализация которых предполагает системный взгляд на кинопроцесс. Поскольку его особенно не достает, обращает на себя внимание такая, казалось бы, сугубо формальная, но на самом деле в методологическом отношении весьма существенная лингвистическая деталь. Применительно к демократическому обществу выражение «государственная кинополитика» внутренне полемично. Цель этой, как и любой другой государственной политики, — удержание и использование власти. Вместе с тем демократическое общество, в том числе современное российское, отказывается от власти над производством и импортом, дистрибьюцией и демонстрацией фильмов, что в конечном счете равносильно отказу от власти над — имеющим прямое отношение к законным интересам государства — воспроизводством гражданина средствами кино, над воспроизводством в кинозалах имиджа нации, естественной коллективной идентичности россиян, являющейся духовным стержнем государственного суверенитета страны. В значительной мере имеет место и отказ от власти над сохранением *специфической и вполне легитимной национальной составляющей в спектре культурного разнообразия популярного кино.*

Сравнивая нынешние постсоветские реалии с прежними советскими, мы видим, что отказ не только декларируется, но и реально осуществляется. Новейшая российская история при этом наглядно демонстрирует, что власть над производством человека средствами национального фильмопроизводства, воспроизводством имиджа нации и коллективной идентичности делегирована не столько искусству, сколько кинобизнесу, не столько художнику, сколько продюсеру и стоящим за его спиной коммерсантам. В результате возникают и воздействуют на зрителей в эмоционально-познавательном отношении фильмы типа «Наша Russia. Яйца судьбы». Отмеченные выше духовные потенциалы — предмет купли-продажи. И производятся они и покупаются главным образом за рубежом, прежде всего в Голливуде.

Что, собственно, продают и покупают в мире кино? На киноэкране зритель видит людей, которые сталкиваются с определенными проблемами и определенным образом их решают. То, что и как они делают, чем владеют и овладевают, определяется усвоенной ими *нормативной культурой.* Система долженствований и запретов, демонстрируемая, например, юному зрителю, вольно или невольно им усваивается. В советский период киноэкран от-

ражал нормативную культуру прежде всего со стороны должностования. В настоящее время зрителю предлагается иная картина мира — его внимание акцентируется на нарушениях культурных запретов. И делается это часто в контексте художественно и психологически неубедительного торжества добра над злом. Бросающийся в глаза пример тому — экранное изображение насилия и его восприятие юными зрителями, как оно изучено и описано К. Тарасовым¹⁴. В свете результатов этого исследования становится весьма убедительной постановка на заседании Госсовета РФ вопроса о защите интересов и прав потребителей культуры¹⁵.

Далее, на киноэкране зритель видит людей, которые, решая вставшие перед ними проблемы, думают и чувствуют вполне определенным образом. Киногерои олицетворяют принятую в данном обществе *идейную культуру* — убеждения, взгляды, представления, верования и т. д. Нормы должностования и запретов, принятые в конкретном обществе, распространяются и на эту сферу. Как известно, надо любить Родину, быть патриотом. Но не проявлять враждебности к людям другой национальности, не употреблять наркотики, не применять насилие к другим и т. д. Запретный плод, однако, сладок, и коммерческая политика сильно подержана этому искушению. Рациональна ли государственная кинополитика, которая не реагирует на это?

Конечно, кинополитика государства не должна ограничивать свободу творчества. Но вправе ли она оставаться безучастной к распространению антикультуры, деструктивным социальным последствиям культурного экстремизма? Нет оснований оставлять вне поля зрения последствия, когда в результате зрительского восприятия предлагаемого киноэкраном спектра целей, образцов мировосприятия и социального действия культурная идентичность россиян гибридизируется, социальные институты расшатываются (пример тому — семья), ценностно-нормативные системы размываются. ■

(Продолжение статьи в следующем номере)

ЛИТЕРАТУРА

1. Mattelart, A. *European film policy and the response to Hollywood / The Oxford Guide to Film Studies*. — Oxford, 1998.
2. Всероссийский форум «Кино России 2020». Стенограмма II конференции «Основные направления стратегии развития киноиндустрии Российской Федерации». Сочи, 6 июня 2011. http://www.kino2020.ru/docs/?ELEMENT_ID=1767 (дата обращения — 24.04.2012).
3. Некоторые заметки к подготавливаемому «ЗАКОНУ О КИНО» // СК-Новости. 27.07.2012.
4. Жабский М., Тарасов К., Фохт-Бабушкин Ю. Кино в современном обществе: функции — востребованность — воздействие. — М.: НИИ киноискусства, 2000.
5. Тарасов К. *Насилие в зеркале аудиовизуальной культуры*. — М.: НИИ киноискусства, 2005.

¹⁴ Тарасов К. *Насилие в зеркале аудиовизуальной культуры*. — М.: НИИ киноискусства, 2005. С. 147–153, 242–270.

¹⁵ Кинопроцесс. 2003. № 3–4. С.15.