

Теоретические концепции киноведения в журнале «Искусство кино»: XXI век

Это русскоязычная версия статьи, впервые опубликованной на английском языке в журнале *Media Education*:

Copyright © 2023 by Cherkas Global University



Published in the USA
Media Education (Mediaobrazovanie)
Issued since 2014.
ISSN 1994-4160
E-ISSN 1994-4195
2023. 19(3): 353-403

DOI: 10.13187/me.2023.3.353
<https://me.cherkasgu.press>



Theoretical Concepts of Film Studies in *Cinema Art Journal*: XXI Century

Alexander Fedorov ^{a, *}, Emma Camarero ^b, Anastasia Levitskaya ^c

^a Rostov State University of Economics, Russian Federation

^b Loyola University, Spain

^c Taganrog Institute of Management and Economics, Russian Federation

Теоретические концепции киноведения в журнале «Искусство кино» (*Cinema Art*): XXI век *

Некоторые фрагменты этой версии статьи написаны при участии А. Новикова.

В данной статье мы остановимся на анализе теоретических концепций киноведения в журнале «Искусство кино» в XXI веке), когда его главными редакторами были Даниил Дондурей (1947-2017) и Антон Долин (2017 - до весны 2022).

В Таб. 1 представлены статистические данные, отражающие изменения (с 2001 по 2022 год) организаций, органом которых был журнал, его тиража, периодичности; указаны также фамилии главных редакторов журнала и временные отрезки их руководящей работы в издании, число статей по теории кино по каждому году издания журнала.

Таб. 1. Журнал «Искусство кино» в XXI веке: статистические данные

Год выпуска журнала	Организация, органом которой был журнал (учредители/ издатели)	Тираж журнала (в тыс. экз.)	Периодичность журнала (число номеров в год)	Главный редактор журнала	Число статей по теории кино
2001	Министерство культуры РФ, Служба кинематографии, Союз кинематографистов России, редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	28
2002	Министерство культуры РФ, Служба кинематографии, Союз кинематографистов России, редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	19
2003	Министерство культуры РФ, Служба кинематографии,				

* Corresponding author

E-mail addresses: 1954alex@mail.ru (A. Fedorov)

	Союз кинематографистов России, редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	29
2004	Министерство культуры РФ, Служба кинематографии (№ 1-5), Министерство культуры и массовых коммуникаций РФ (№ 6-12), Союз кинематографистов России, редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	13
2005	Министерство культуры и массовых коммуникаций РФ, Союз кинематографистов России, редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	16
2006	Министерство культуры и массовых коммуникаций РФ, Союз кинематографистов России, редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	14
2007	Министерство культуры и массовых коммуникаций РФ, Союз кинематографистов России, редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	11
2008	Министерство культуры и массовых коммуникаций РФ (№ 1-5), Министерство культуры РФ (№ 6-12), Союз кинематографистов России, редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	13
2009	Министерство культуры РФ, Союз кинематографистов России, редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	19
2010	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	18
2011	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	17
2012	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	27
2013	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	16
2014	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	14
2015	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	16
2016	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	*	12	Д. Дондурей	11
2017	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	*	8	Д. Дондурей (№ 1-3), А. Долин (№ 4-8)	10
2018	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	2,7-3,0	12 **	А. Долин	23
2019	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	3,0	12**	А. Долин	34
2020	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	1,5-4,0	12**	А. Долин	14
2021	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	3,0	12**	А. Долин	30
2022	Некоммерческое партнерство «Редакция журнала «Искусство кино»	1,0-3,0	12**	А. Долин (№ 1-2), С. Дединский (с № 3-4)	22

* В 2001-2017 годы тираж «Искусства кино» не указывался в выходных данных номеров. По данным, попавшим в интернет, тираж журнала с 2001 по 2017 год составлял примерно от двух до трех тысяч экземпляров, то есть даже ниже, чем в 1930-х – 1940-х.

** С 2018 по 2023 год журнал «Искусство кино» фактически выходил шесть раз в год, так как все номера были двоянными.

До 10 мая 2017 года главным редактором журнала «Искусство кино» был киносociолог Д. Дондурей (1947-2017). Далее (до весны 2022 года) пост главного редактора занял кинокритик А. Долин.

История отечественного киноискусства

Главный редактор «Искусства кино» Д. Дондурей (1947-2017) в XXI веке резко расширил спектр социологических материалов журнала, еще больший объем в издании занимали материалы о зарубежном кино (рецензии, репортажи с международных кинофестивалей, творческие портреты актеров и режиссеров и пр.). С каждым годом редакционная линия «Искусства кино» становилась всё оппозиционнее по отношению к российской Власти, особенно ярко это стало проявляться на фоне украинских событий (начиная с 2014 года).

На этом фоне статьи по истории отечественного кино занимали в журнале довольно скромное место.

В XXI веке журнал «Искусство кино» продолжал переосмысливать историю советского кинематографа.

Ряд статей был посвящен фильмам Серебряного Века (Гращенкова, 2007), А. Дранкову (Поздняков, 2008), использованию цвета в эпоху немого кино (Изволов, 2001), «нэмпанскому кино» (Боканча, 2021), ранней советской анимации (Спутницкая, 2021), творчеству С. Эйзенштейна (Клейман, 2011; Фоменко, 2018), Д. Вертова (Изволов, 2019; 2022; Ковалов, 2008; Медведев, 2017; Щербенок, 2009; 2012), Л. Кулешова (Ковалов, 2009), М. Донского (Марголит, 2010), А. Птушко (Спутницкая, 2015), М. Хуциева (Ковалов, 2008), образу Америки на советском экране (Ковалов, 2003), революционной ленинской теме в советском кино (Майзель, 2017; Шмыров, 2017), влиянию советского кино на мировой кинопроцесс (Разлогов, 2006) и др.

В частности, Алексей Медведев (1969-2023) отмечал, что фильм «Человек с киноаппаратом» Д. Вертова – «высшая точка конфликта между замыслом и реальностью, между автором и зрителем, между автономностью киноязыка и ориентацией на понимание, между визуальным и вербальным. Но не будем забывать и о социально-политической стороне этого конфликта. ... Сам Вертов называл «Человека с киноаппаратом» «невозможной возможностью», изначально понимая утопичность своего намерения очистить киноречь от литературных примесей. Это утопия, но это утопия реализованная, хотя бы однократно. Дальше будут только компромиссы, но «Человек с киноаппаратом» навсегда задал возможность другого подхода, другого пути» (Медведев, 2017: 123).

А. Щербенок считал, что «теоретическое наследие Вертова можно представить себе как серию обоснований специфики киноленты. ... Именно на документальности киноленты основывается претензия Вертова на ее исключительную революционность. Если художественный фильм может быть и прогрессивным, и реакционным, кинолента прогрессивна уже потому, что непосредственно отражает действительность, а действительность находится на стороне пролетариата. ... Конкретные вертовские инновации — скрытая камера, массовая любительская съемка, синхронный звук, идеологический и поэтический монтаж хроникальных кадров, рефлексия над свойствами киноаппарата и киноязыка внутри фильма — давно уже широко используются отечественным и мировым документальным кино, разившись, в том числе, и под прямым вертовским влиянием. Однако в отрыве от исторического контекста своего возникновения, эти документальные кинотехники сталкиваются с совершенно другим, недиалектическим пониманием действительности. Достаточно прочитать интервью практически любого — особенно российского — современного документального режиссера, чтобы увидеть неразрешимый конфликт между страстным стремлением показать «жизнь врасплох» и горьким осознанием принципиальной невозможности это сделать, зависимостью итогового продукта от режиссерской конструкции. То же самое напряжение лежит и в основе теории Вертова, однако для Вертова оно не является трагическим горизонтом, в конечном счете обесмысливающим документальное кино как проект, противостоящий игровому кинематографу. Для Вертова антиномичная двойственность киноленты — не приговор возможности кино отразить реальную жизнь, а мощный источник интеллектуальной энергии, заставляющий уйти от наивно-объективистского представления о реальности и придающий документальному кино продуктивный поступательный импульс» (Щербенок, 2012: 86).

Сравнивая теоретические подходы С. Эйзенштейна и Д. Вертова, А. Щербенок напоминал читателям журнала «Искусство кино», что «если Эйзенштейн в своей программной теории монтажа аттракционов допускал «вплетание в монтаж целых «образительных кусков» и связно сюжетную интригу», пусть и «не как нечто самодовлеющее и всеопределяющее, а как сознательно выбранный для данной целевой установки сильнодействующий аттракцион», то Вертов полностью отвергал их как недопустимые пережитки литературности и художественности, «страшный яд привычки», отравляющий «организм кинематографии». Традиционному кино, основанному на адаптации к экрану литературных условностей, Вертов противопоставлял кино, схватывающее жизнь врасплох, — он снимал без декораций и актеров, он показывал реальных людей, занятых своими повседневными делами. В то же время эстетика Вертова прямо противоположна пассивной образительности. Вертовские фильмы 20-х годов, в первую очередь его знаменитый «Человек с киноаппаратом» (1929), отличаются абстрактной монтажной динамикой, ускоренной, замедленной и обращенной съемкой и прочими формальными приемами, рефлектирующими специфику кинематографического «аппарата» — совокупность технических средств — от кинокамеры до монтажного отделения и кинопроектора. Аппарат, который Вертов обозначал метафорой «киноглаз», становится и одним из основных предметов изображения. При этом, поскольку взгляд «киноглаза» концептуализируется режиссером как принципиально отличный от человеческого, вертовский кинематограф изображает повседневный мир с нечеловеческой точки зрения — с точки зрения машины» (Щербенок, 2009: 107).

Скрупулезный покрупный анализ фильмов Вертова «Человек с киноаппаратом» и «Колыбельная» привел киноведа и режиссера О. Ковалова к научной гипотезе о влиянии «Улисса» Джойса на поэтику этих знаменитых и все еще не разгаданных лент: «Человек с киноаппаратом» (1929) Дзиги Вертова. Даже внешне в нем столько точек совпадения с общей конструкцией «Улисса», что странно, отчего эта очевиднейшая «похожесть» не отмечалась, кажется, исследователями, тем более что он сразу же имел репутацию невероятно новаторского. Эта необъяснимая слепота вызвана, вероятно, тем, что читатели и зрители традиционно пребывают в разных резервациях и круги их художественных впечатлений попросту не пересекаются. ... Фильм Вертова вроде бы идеально отвечает этим ожиданиям: опыт Джойса автор использует рационально, как «буржуазного спеца» на производстве: берет у него «полезное» — приемы и технику — и решительно отсекает «духовный распад» — его у нас нет и быть не может» (Ковалов, 2008: 73-74).

В своей статье о теории монтажа С. Эйзенштейна А. Фоменко также подчеркивал, что «в советском искусстве конца 1920–1930-х годов происходили процессы, которые, не вступая в противоречие с официальной линией, вовсе не были результатом спущенных сверху директив и не сводились к их послушной реализации. В нем оставалось место и для художественного эксперимента (пусть и идущего вразрез с принципами классического авангарда), и для его концептуализации. Одним из результатов такой концептуализации и является теория «дедуктивного монтажа». Если отвлечься от частных политических задач, которые предположительно имел в виду Эйзенштейн, его статья содержит одну из самых убедительных и ясно сформулированных теорий образа в истории эстетической мысли. Взявшись реабилитировать монтаж, Эйзенштейн превышает уровень поставленной задачи и определяет эту стратегию как универсальную основу всякой художественной практики, укорененную в функционировании самого человеческого сознания, — иначе говоря, вопреки своему первоначальному скромному замечанию приходит к выводу, что монтаж — это всё» (Фоменко, 2018: 195).

Анализируя историю советского кинематографа, Е. Марголит писал, что «если попытаться определить ключевой символ, с наибольшей полнотой выражающий феномен советского кино, то, прежде всего, на эту роль может претендовать — ребенок. Объяснением служит сам характер экранной реальности — образ совершенно обновленного идеального мира. Символ этот вообще распространен в советской культуре, достаточно вспомнить: «младенец-мир» Николая Заболоцкого из «Торжества земледелия», «страна-подросток» Маяковского, дети у Платонова. Модификации символа ребенка чрезвычайно многообразны (причем речь идет не только о собственно детских образах, но гораздо шире — о превалировании детского начала в персонаже независимо от его возраста), однако появление ребенка в качестве центрального персонажа кинематографа оказывается всякий

раз связано с моментами либерализации (в той или иной степени) советского режима. ... тогда как «для кино сталинского времени это идеальное воплощение гражданина нового государства, всецело преданного матери-Родине и отцу-вождю как центральным фигурам повествования» (Марголит, 2002: 76).

Е. Марголит был убежден, что «гиперболизированная стабильность как политической системы, так и ее художественной модели тех лет, по сути, основана на прямом отрицании исторического времени, что непосредственно отозвалось в политике сталинского государства предвоенного периода. В этом контексте вечная молодость оборачивается детским сознанием, задержанным на одной из фаз своего развития, по современной терминологии — «ювенильным сознанием» (Марголит, 2002: 82).

Обращаясь, казалось бы, к подзабытой к началу XXI века ленинской теме в советском кино, Е. Майзель справедливо отметил, что «наметившееся к началу 1960-х превращение Ленина (и революционера вообще) из фигуры героической в мыслящую — а потому трагическую — означало новый этап «очеловечивания» вождя мирового пролетариата. Из героя эпосов (а также фольклора и городских легенд) — гения мысли и обладателя негибимой воли, ведущего партию и человечество известными лишь ему одному тропами к конечной цели, — Ленин в 60-е постепенно превращается в частное лицо, в, странно сказать, одиночку, в гражданина мира, в левого интеллектуала. Продолжая дирижировать настроениями масс, этот Ленин уже относится к «полезному и необходимому» насилью с известной дистанцией, чтобы не сказать избирательно и брезгливо. Созерцательность, капризность, дендизм из качеств, ранее в этом облике не замеченных и маловероятных, мутировали в некоторых байопиках в милые черточки характера. ... Этот Ленин нередко медлит и принимает тяжелые решения; мечтает отвлечься от окружающего кошмара и напоминает силовикам Дзержинскому и Сталину, что не стоит рубить сплеча, потому что люди не щепки» (Майзель, 2017: 111-112).

Размышляя на аналогичную тему, В. Шмыров подчеркивал, что «Михаил Шатров — главный вдохновитель и соавтор фильмов, спектаклей и телесериалов о Ленине 60–70-х (в том числе и своего лучшего фильма «Шестое июля») — пытался устами вождя мирового пролетариата и его соратников многому научить современное драматургу общество, даже обосновать и объяснить необходимость либерализации политической системы. Но только значит ли это, что новая мифология, возникнув в противовес и в противоборстве с мифологией старой, могла раз и навсегда занять место исторической истины или, во всяком случае, помешать продвижению к этой истине уже в новое, не отягощенное вчерашними условностями и ограничениями время?» (Шмыров, 2017: 87).

Анализируя советские фильмы на тему Великой Отечественной войны, А. Шпагин пришел к выводу, что «Падение Берлина» М. Чиаурели стало апогеем мифа. Можно было смело констатировать, что на отдельно взятой территории откристаллизовалась новая религия — религия справедливой войны, религия нового мира. И не надо уже никаких революций — всё, мировая революция произошла — пусть не во всем мире, но на немалой его части» (Шпагин, 2005: 66). А в эпоху «отпели» советские кинематографисты, как это ни парадоксально, в войне «подсознательно искали общественный идеал. Кинематографисты середины 50-х, выбравшиеся из сталинского ада, обращались к этой теме в надежде обрести точку опоры. Война в их фильмах являлась источником подлинного света — она спланивала нацию в великом и справедливом порыве. Люди объединялись, чтобы разогнать наступившую тьму и в этой борьбе обрести свет, — не это ли было главной мечтой революции, да и вообще доминантой социализма? И уж совершенно ясно, что они были искренни, ведь боролись со страшным злом — с фашизмом. Их действиями руководило нечто высшее — оно и привело к Победе» (Шпагин, 2005: 66). А вот в 1970-х, как верно отмечал А. Шпагин, военная тематика на экране приняла удобную для всех форму — перевоплотилась в приключенческий жанр (Шпагин, 2005: 83).

Вспоминая период кинооттепели, О. Ковалов подчеркивал, что раскол с Властью, отраженный и выраженный «Заставой Ильича» («Мне 20 лет») М. Хуциева, шел «по линии не социальных, а нравственных категорий: не «советизм — антисоветизм», а «идеализм — цинизм». Именно это разделение общества на романтиков и циников, людей веры и людей безверия, уязвило власть имущих сильнее, чем если бы то была традиционная социальная критика» (Ковалов, 2008: 66).

Анализируя знаменитый сериал Т. Лиозновой «Семнадцать мгновений весны» (1973) М. Адамович сравнивала главного героя «Мгновений...» — разведчика Штирлица с популярным суперагентом западных шпионских романов и фильмов Джеймсом Бондом, утверждая, что «Бонд-Штирлиц, подобно Осирису, возрождается с каждой новой серией и способен к возрождению бесконечному. Потому что он — просто функция, индексы которой можно менять и менять. В этом смысле оба суперагента имеют большое основание претендовать на статус героя в античном смысле слова. Три десятка книг, два десятка фильмов о Бонде ничего не прибавляют и не развивают в характере флеминговского персонажа. На протяжении двенадцати серий лиозновского фильма, вопреки внешней заявке на психологичность, характер советского разведчика остается статичным, заданным — на уровне досье, прочитанного еще в первой серии. Все серии (или книги) — не углубление характера, но иллюстрация к заявленной характеристике. Суперзадача героя-функции — что-то вроде задачи рыцаря Георгия: побороть мировое зло в форме фашизма, коммунизма, терроризма, любого иного «изма». ... Иными словами, все подобные сериалы строятся на политико-национально-расовой проблематике и содержат в себе гигантские идеологические потенциалы. Очевидно, сама структура мифа, опирающаяся на бинарные оппозиции, идеально подходит для идеологической пропаганды, в частности, для формирования образа врага. Не потому ли и сегодня сага о Бонде пользуется несомненным успехом, как и почти пятьдесят лет назад» (Адамович, 2002: 78-79).

Своего рода краткую историю советского кино опубликовал на страницах журнала «Искусство кино» Ю. Богомолов (1937-2023). Перейдя далее к уже постсоветской истории отечественного кинематографа, он с прозорливой горечью отметил, что в эти времена возникла «новая Утопия. Мир снова грозит перевернуться и впасть в иррациональный идеализм. Если уже не перевернулся и не впал. Только теперь базисом делается не киноголичная мифология, а пропагандистское телевидение, поддержанное троллеактивным Интернетом. Надстройкой, как и в советском прошлом, станет экономика. Инструментами манипуляции общественным сознанием окажутся патриотическая риторика и демагогическая геополитика. Впрочем, почему «станет», «окажется»... Это возможное будущее уже отчасти — наше настоящее. Предположительная Утопия на наших глазах становится Антиутопией. Но уже не в художественном претворении, а в режиме *on line*» (Богомолов, 2016: 113).

Теоретические киноведческие концепции

Теоретических статей о кинематографе в традиционном смысле такого рода текстов в журнале «Искусство кино» в XXI веке, увы, немного. Ушли в прошлое споры о киноязыке, монтаже и пр., столь привычные для XX века. Таким образом, на первый план вышли статьи культурологического свойства.

К примеру, культуролог М. Куртов опубликовал обстоятельную статью о феномене скуки в кинематографе. В ней он попытался парадоксально (и на наш взгляд, не очень убедительно) внушить читателям журнала, что даже «развлекательное кино не упраздняет скуку, так как она включена в сами условия кино. Такие фильмы лишь усыпляют скуку, организуя аффективное участие: зритель чувствует себя развлеченным в результате сдвига в настроении (переходя, по Хайдеггеру, от второго типа скуки к первому), но незаметно для себя продолжает скучать. Скука, гонящая людей в кинозалы, принимает там всего-навсего более легкие формы. Исцеляют же от нее те фильмы, которые намеренно ее углубляют. Парадоксально, что машина, будучи источником скуки, стремится ее же развеять. Развеять скуку она способна, лишь скрыто подчинив зрителя себе. ... Кино — первый культурный и общественный феномен, онтологической основой которого выступила скука. Поэтому в той мере, в которой скука есть «скрытое предназначение» современности, кино имеет своеобразную привилегию перед другими искусствами в деле раскрытия этого предназначения» (Куртов, 2009: 90-91).

З. Абдуллаева в своих теоретических посылах оказалась куда радикальнее, утверждая, что в кинематографе «усталость — в форме истерических вспышек или нервозности, не всегда экстаической, — образует тонкую красную линию, прошившую начало нулевых годов. ... «Левые» и «правые», авангардное искусство и консервативное, бедное и буржуазное, игровое кино и документальное — все перестало означать не только внятные — какие-либо смыслы. Оппозиции больше вообще не работают, оставшись риторическими

фигурами речи, мало что объясняющими и в социальной жизни, и в художественной. И — уводящими не туда, где стоит подумать, попрактиковать. ... Сама реальность настолько изворотлива и лжива, что мифологические образы становятся более спонтанными и достоверными. А то и правдивыми. Частные мифологии поглощают какую-никакую реальность. В том числе и способ документации реальности, которая фальсифицируется не только на телевидении, но и в авторском — образном — «реальном кино». И которое, возможно, зондирует совмещение искусства (рождающееся во время монтажа) с неискусством» (Абдуллаева, 2006: 51, 53).

Размышляя над проблемами киноискусства XXI века, С. Сивый полагал, что «в период, когда отчетливо наблюдается экспансия масскульта в заповедные зоны интеллектуального кино, автор вынужден искать компромисс между развлечением и эстетикой. Это единственная стратегия выживания искусства в условиях рыночной глобализации. ... Становясь кичем, искусство способствует неразборчивости вкуса меценатов. ... Деньги стали в современных условиях гораздо более существенным препятствием на пути независимого или экспериментального кинематографа, чем, скажем, цензура» (Сивый, 2006: 73).

В этом контексте И. Сукманов с горечью отмечал, что в XXI столетии «водораздел между прокатным и фестивальным кино становится все более роковым. Теперь он обнаруживает не столько конфронтацию вкусов, сколько разрыв поколений. Пубертатные страсти кипят в мультиплексах. Природа человеческих поступков переведена на язык комиксов. Фантазии подменяют реальность. Жизнь как таковая в любых её проявлениях изживается с больших экранов, а вместе с ней изгоняется из залов и зритель, этот жизненный опыт впитавший. ... В новейшем кинореализме маргинальный мир по-прежнему является главным объектом внимания. И не только потому, что в этой среде человек постоянно пребывает в пограничной ситуации, подвержен сильным страстям и как никогда естествен. Он представитель другого социума, являющегося для большинства зрителей terra incognita. И если реальность на экране предстает в своем неприглядном виде, интерес зрителя к ней мотивирован возможностью прожить опыт, которого у него нет. Нам хочется узнать другое существование, которого мы благополучно избежали или страшимся пережить. Под воздействием эмоционального стресса мы изживаем в себе наши комплексы и страхи перед враждебными жизненными стихиями. Чем более аутентична среда, тем более полно мы ее воспринимаем и трезво оцениваем» (Сукманов, 2013: 85, 89-90).

И. Сукманов обращал внимание и еще на одну кинотенденцию нового времени: «Смешение игровых и неигровых пространств в кино — это еще один шаг навстречу заветной мечте кинематографического искусства объять мир и видеть его объективно. Если каждый по отдельности вид кино не в силах справиться с этой задачей, то, возможно, объединив усилия, им удастся приблизиться к идеалу. ... тяга к недостижимой киноправде по-прежнему остается одной из главных задач искусства. В постдокументальном и постигровом кино эта проблема решается при лобовом столкновении противоположностей факта и вымысла: если лжет одно, то другое действует ему в пику. Автор в таком случае старается занять позицию наблюдателя. И если дезориентированная публика вопрошает о морали, ей чаще говорят о том, что «современное искусство задает лишь вопросы, но не дает на них ответа». В поисках объективности современные авторы предпочитают дистанцироваться от изображения и при этом гипнотизировать его, не упускать его из виду, не отвлекаясь ни на какие побочные эффекты. Реальные шумы вместо музыки, мобильная ручная камера, следующая по пятам за персонажами и продлевающая действие вместо «американского» монтажа, естественные люди вместо заслуженных артистов — боевой арсенал реалиста, ставший едва ли не клише. Убийственно безэмоциональное пространство, вакуумная подушка, которая сохраняется между изображением и зрителем, подобна психологической атаке. Она-то и выводит публику из себя, заставляет ерзать, переживать — ничуть не меньше жанровых примочек» (Сукманов, 2013: 90).

К. Фокина в своей статье обратилась к редкой для журнала «Искусство кино» тематике — трансформации бренда в кинематографе (Фокина, 2007: 72-77), напомнив, что «в самых общих чертах бренд представляет собой известную торговую марку, которая имеет имя (название), логотип (визуальное изображение) и конкретные атрибутивные характеристики (свойства, качества, применение «брендовых» продуктов). Способ представления бренда на рынке называется его позиционированием. В зависимости от сферы применения, ценовой категории и функциональных преимуществ продукта формируется определенная,

достаточно широкая группа его потребителей, именуемая целевой аудиторией бренда. Для взаимодействия бренда и его целевой аудитории, для его продвижения на рынке принято использовать разного рода символы — специальным образом организованные аудиовизуальные элементы, предназначенные исключительно для идентификации продуктов определенного бренда в ряду однородных продуктов. В качестве «продвиженческих» элементов широко используются легенды (красивые истории о зарождении и развитии бренда), которые ложатся в основу рекламно-информационной деятельности» (Фокина, 2007: 73).

Что касается «брендового» фильма, — считала К. Фокина, — «то его название в первую очередь ассоциируется с эмоциями, полученными до, во время и после его просмотра, с тем, что о нем писали, что говорили, какие легенды ходили вокруг него, с главной сюжетной линией сценария, с теми приемами и образными решениями, которые сделали его ярким и самобытным, с его создателями и исполнителями, с теми крылатыми фразами, которые с экрана «ушли в народ» (Фокина, 2007: 77).

Философ и искусствовед Б. Гройс свою статью посвятил теории современного «авторского» (кино)искусства, считая, что оно «открыто не только рационально мыслящим гражданам..., но оно является пост-фукодианским и постделёзовским в том смысле, что не забывает и о безумии, и о детскости. ... Короче говоря, оно стремится интегрировать в свою сферу то, что обычное общество интегрировать не может и не хочет. В этом смысле искусство является не элитарным, противопоставляющим себя широкой социальности, а еще более социальным, чем социум вокруг него. ... Такая суперсоциальность приводит к разрыву между художником или мыслителем и окружающей его средой. Но этот разрыв имеет свою причину не в элитарности, а как раз в более радикальной социальности художника, чем окружающая его социальность» (Гройс, 2012: 132).

Обращаясь же к кинематографу массовому, Б. Гройс был убежден, что «в то время как европейское кино в основном озабочено «человеческим, слишком человеческим», голливудский мейнстрим постепенно все более концентрируется на метафизической проблематике. Его интересуют боги, демоны, пришельцы из космоса и мыслящие машины. Героев этих фильмов преследует вопрос, кто или что скрывается под покровом видимого мира. Тем самым Голливуд переходит к тематизации — и одновременно радикализации — традиционной критики киноиндустрии. Как известно, эта критика порицает киноиндустрию за то, что она предлагает нам соблазнительную иллюзию, красивую инсценировку, задача которой — маскировать, утаивать, отрицать отвратительную реальность. Однако многие из последних голливудских фильмов утверждают нечто иное. Уже не кинематографическая «прекрасная иллюзия», а повседневный «реальный» мир предстают в них как своего рода инсценировка. ... Следовательно, на подозрение в эстетической манипуляции Голливуд отвечает реактивацией намного более древнего и глубокого метафизического подозрения, согласно которому весь окружающий нас мир может оказаться фильмом, снятым в каком-то потустороннем Метаголлывуде. В этом случае любой голливудский фильм был бы более «правдив», чем любая действительность, ведь действительность обычно не обнаруживает перед нами ни своей искусственности, сделанности, ни своей обратной стороны. Напротив, новейший голливудский кинематограф, тематизируя свои методы, предлагает новую метафизику, интерпретирующую акт творения как студийное производство. И в этом отношении голливудское кино намного превосходит основную массу современной культуры. Ведь вопрос о том, прав или нет Голливуд со своим проектом метафизики, не столь важен по сравнению с тем фактом, что предметом внимания здесь вновь становится обратная сторона мира» (Гройс, 2005: 77).

На основе такого рода рассуждений Б. Гройс в итоге приходил к весьма острому и даже эпатажному для традиционной теории киноискусства выводу, что «все попытки теоретиков описать художественную практику как часть реальности кажутся неудовлетворительными, сколь бы интересными и оригинальными они ни были. Это касается и социологии искусства Бурдьё, и системной теории (...две, наиболее модные сегодня, программно антиметафизические социологические теории)» (Гройс, 2005: 86).

Не менее парадоксальными были и выводы Е. Майзеля, исследовавшего феномен «кино и религии». По мысли Е. Майзеля, «религиозное кино свободно от веры, но выражает то, что с ней и возле нее происходит там, где она случается» (Майзель, 2012: 112).

Философ и киновед О. Аронсон решил с теоретической точки зрения исследовать проблему насилия на экране, считая, что «сам этот вопрос продиктован тем духом *imitatio*, в котором насилие уже присутствует в качестве определенной политики образов. Для этой политики проявление агрессии — лишь одно из тех многих аффективных проявлений жизни... Силы политики находятся в зависимости от агрессии и насилия, которыми подпитываются постоянно. Миметизм здесь носит двойственный характер: с одной стороны, «насилие неустранимо», в нем даже есть какая-то потребность, а потому образы страдающих тел не могут быть исключены вовсе, с другой — они постоянно наделяются негативными характеристиками, демонизируются, осуждаются» (Аронсон, 2003).

При этом можно, наверное, согласиться с тем, что на экране «граница между позитивным и негативным насилием крайне нечеткая, плавающая. Она контролируется господствующими ценностями (идеологией), политикой, нравственностью. Эта граница — та театральная сцена, где разворачивается представление, которое с помощью технологий отождествления и политики образа говорит нам: смотри, вот оно — твоё переживание. И мы смотрим. И мы соглашаемся и практически уверены в том, что переживание действительно «мое», что оно принадлежит «моему» телу. Так чувственность оказывается заложницей политики, в которой образы страдающих тел выступают заместителем неподконтрольных власти желаний и переживаний. Эти образы не только репрезентируют насилие, демонстрируют его опасность и угрозу, но и отвлекают внимание, локализуя насилие в области природной агрессивности, скрывая насилие, исходящее от самого политического и социального порядка, принимающее форму «желаемых запретов», а порой и «сладких ограничений». Когда при очередном стандартном повороте мелодраматического сюжета у зрителя наворачивается слеза или когда улыбка ребенка в рекламе йогурта вызывает запрограммированное умиление, то мы присутствуем при той самой политике образов, контролирующей и формирующей нашу чувственность, которая насильственна не в меньшей степени, чем ею же созданные негативные образы агрессии» (Аронсон, 2003: 86-88).

Продолжая тему экранного насилия, культуролог Е. Барабан писала, что в российском кино о войне последних десятилетий эмоциональные и этические послания узаконены «позиции прагматического индивидуализма, а носителями чувства патриотизма являются отдельно взятые индивидуумы, не объединенные и не объединяемые в единство, пропагандировавшееся советским прочтением войны. Модели переработки советского дискурса войны в постсоветских фильмах разные. Это и эстетическая эклектика на фоне анахроничной идеологии, и выворачивание наизнанку идеологии и эстетики советских фильмов о войне, и выстраивание элементов сюжета в жанре фэнтези, и использование стилистических и жанровых элементов советской киноповести о войне для пересмотра ключевых тропов советского представления о войне. Анализ способов моделирования советского прошлого в новых фильмах помогает осознать исчезновение ранее единого восприятия и воспроизведения войны, а также то, что ностальгия по советскому прошлому на самом деле занимает довольно ограниченное место как факт постсоветской культуры» (Барабан, 2012: 83).

Размышляя на тему этики и эстетики войны на экране, Д. Голышко-Вольфсон (1969-2023) подчеркивал, что «признание и легализация производимых сверхдержавами жестов гуманитарного вмешательства существенно видоизменяют систему гуманистических принципов, определяющих и теорию войны, и практику боевых действий. Традиционный военный гуманизм опирался на высказанную в гегелевской философии истории идею гражданского общества и соответствующее ей представление о суверенитете личности. Финальной целью военного конфликта, будь он вызван территориальными претензиями или религиозным рвением, будь он освободительным или захватническим, являлось отстаивание норм национального суверенитета и стандартов человеческой автономности. То, что движение к этой «святой» цели сопровождалось утверждением демонической воли полководца или абсолютного господства правителя, всегда приносило в риторику военного гуманизма эффект противоречивой двойственности. ... Война сегодня подразумевает уже столкновение не (более или менее) равноправных армейских группировок, а военной машины развитой сверхдержавы с несоразмерными ей по силам отрядами повстанцев из экономически отсталых регионов. ... Доктрина гуманитарного вмешательства сделалась главенствующей военной стратегией в период бомбардировок Югославии. Но

пропагандировать ее военные эксперты принялись еще в начале 90-х годов, после окончания «холодной войны» и падения «железного занавеса», когда мир стал однополярным... война превратилась из реального события в медийное шоу, транслируемое по спутниковым сетям» (Голышко-Вольфсон, 2004: 100-103).

Таким образом, и в кинематографе, и в реальности «в идеологии и тактике современной войны метаморфозам подверглась одна значимая деталь: теперь исчез фактор защищенности (конституцией или уставами ООН). Теперь потенциально любое государство, уличенное в провинностях перед мировым сообществом, может подвергнуться превентивному военному удару или акту возмездия. ... Проблематика гуманизма фигурирует в качестве неперемного ядра многих документальных или игровых изображений войны. Ведь их авторам волей-неволей приходится смягчать и рационализировать абсурд и хаос, отличающие реальный, эстетически неприукрашенный ход войны. Структура батального повествования — и диетезис военного боевика — основана на точно просчитанном стяжении (или расторжении) двух планов: высокого символического плана милитаристской риторики и несимволического плана, где ужас и страдания неотчуждены, а отдельный человек — не более чем пушечное мясо. Режиссерская трактовка и оценка войны подчинены неустойчивому балансу, найденному автором между патетикой войны, ее Символическим, и безумием войны, ее Реальным... В военных драмах физиология и натурализм парадоксальным образом либо почти изгнаны, либо значительно приглушены, зато идеология буквально въедается не только в героизированные реплики персонажей, но и в их телесную пластику. Конфигурация армейского опыта в жанре военного триллера задается тем или иным соотношением двух неразрывных планов — героики и безумия войны, ее Символического и Реального; это же соответствие предопределяет модель гуманизма, преобладающую в определенный исторический период» (Голышко-Вольфсон, 2004: 103-104).

Обращаясь к влиянию масс-медиа в целом, Д. Голышко-Вольфсон писал, что «ультраскоростной рост телекоммуникационных технологий способствует тому, что гуманистические взгляды становятся относительными, присваиваются телевидением, рекламой или политическим пиаром и начинают перекраиваться в угоду рыночным интересам. ... Возможно, эпоха информационно-компьютерных войн, когда за регулярностью атак и количеством «жертв» можно заинтригованно следить из комфортного кресла перед телевизором или прикупив игровую приставку к персональному компьютеру, затянулась бы надолго. Если бы не натовские бомбардировки в Югославии, 11 сентября, свержение режима Саддама Хусейна в Ираке и многое другое... Война неожиданно предстала не смешным и шуточным, а серьезным, слишком серьезным «мероприятием», отсылающим к персональной ответственности всех и каждого. Она неожиданно перестала быть чудовищной аномалией, вытесненной на культурную периферию; вместо этого она претендует на роль повседневной нормы, получив циничное «имя» контртеррористической операции и распространившись повсеместно» (Голышко-Вольфсон, 2004: 106-107).

В рамках теоретического осмысления феномена сериалов А. Королев напомнил читателям журнала, что «появление мексиканских сериалов породило новый феномен существования — мягкую наркоманию «мыльных опер». Миллионы домохозяйек живут от серии к серии. ... В чем же смысл этой неистовой страсти? Все в том же — не жить собственной жизнью. Мы желаем жить там! Не побираться в закоулках своей обыкновенной судьбы, не плутать в стареющем теле, а снова и снова проживать судьбу без себя, вне собственной участи, в молодом теле, в пространстве яркой любви. ... виртуальное чудовище инобытия начинает всплывать со дна вселенной, чтобы проглотить людской род. Еще один век генетики или техногенетики — и человек сможет проживать жизнь на уровне чипа, подключенного к виртуальной реальности. И уверяю вас, в этом развитии общества нет никакой бесчеловечности и дегуманизации. У человека появится возможность выбора из нескольких вариантов бытия. Первый — жизнь внутри чужих судеб... Второй вариант — реальная судьба в режиме реального времени. Эту участь выберут единицы, те святые, которые будут творить программное счастье для спящего миллиарда. ... Но все же наиболее вероятен третий путь — смесь двух форм бытия — реальной и воображаемой. Симбиоз возможного и невозможного» (Королев, 2001: 47).

Свою теоретическую статью социолог К. Богословская посвятила теме взаимоотношения сериалов и аудитории (Богословская, 2007: 93-103).

Здесь она, думается, весьма резонно подчеркивала, что «главной метафорой, которая характеризует многочисленные способы того, как современный зритель воспринимает сериалы, можно признать их, сериалов, существование в качестве альтернативного эмпирическому миру. Постоянная аудитория начинает жить в «мыльных операх» именно таким — и в первую очередь таким — образом, что подтверждают многолетние данные фокус-групп. И это верно не только в отношении сериалов — телевизионный поток во многом воспринимается как один бесконечный сериал, основным свойством которого является «переключение реальности» с обыденной на телевизионную. На примере сериалов этот феномен проявляется особенно четко: «мыльные оперы» многие зрительницы называют своей «второй семьей», в мире прайм-тайма судьбы героев ведь не исчерпываются романтическими отношениями, а включают в себя более широкий контекст — это судьбы глубоко небезразличных тебе друзей. ... волшебных историй в прямом смысле — с введением в сюжеты сериала «нереального», мистического, сказочного содержания — на российском ТВ парадоксально мало. Сериальные «сказки» строятся не на фантастическом, а на реальном, подчас и квазидокументальном материале, и это отвечает осознаваемым и неосознаваемым желаниям зрителей» (Богословская, 2007: 93).

При этом мы согласны с тем, что «разнообразием мифологических вечных сюжетов сериалы не блещут. Из огромного спектра чаще всего используются три метасюжета: «Золушка» (героиня, которая после больших страданий обретает наконец свое счастье в лице прекрасного принца...), «Робин Гуд» (герой, восстанавливающий социальную справедливость путем «экспроприации» незаконных богатств), «Богатые тоже плачут» (свидетельство, что у сильных мира сего тоже есть проблемы, гасит зависть и, как следствие, социальную агрессию)» (Богословская, 2007: 103).

Основываясь на многолетних социологических исследованиях, К. Богословская приходит к выводу, что для массового успеха «сериальный мир должен, во-первых, обладать «обще-телевизионным качеством»: внятный и прозрачный сюжет, сильная интрига, яркие образы персонажей, хорошая игра актеров. ... Во-вторых, и это не столь очевидно, сериальный мир захватывает чувства и мысли зрителей, если в нем понятным, прозрачным языком говорится о человеческой судьбе в перспективе ее предельных категорий — жизни, смерти, любви. Они важны и узнаваемы людьми вне зависимости от конкретного времени и пространства, в котором происходит действие сериала. Их можно описать, используя классические архетипы Юнга: «герой» и «тень», «анима» и «анимус». В прямом переводе на язык сюжета это отношения между героем и антигероем, между мужчиной и женщиной. ... Наличие в сериальном мире описанных качеств является для его успеха условием необходимым, но недостаточным. ... Над сюжетом сериала... находится «надстройка»: те идеалы и ценности, к которым стремятся его герои и которым следует сериальный мир в целом. Эта надстройка организует то, что принято называть базовыми сообщениями сериала, поскольку отвечают на вопросы, для чего живут герои сериала, что они делают и как вообще устроена жизнь. В случае сцепления этих двух миров — сериала и зрителя — именно надстройка становится фундаментом успеха» (Богословская, 2007: 94-95).

Мы разделяем мнение К. Богословской, убежденной, что «очертания успешного сериального мира, его идеалы и ценности должны соответствовать содержанию коллективных представлений, в пространстве которых живет большинство зрителей, тем «мифам», которые осознанно — а чаще неосознанно — разделяет его аудитория. Эти коллективные представления говорят не о том, какой мир есть на самом деле, а каким, исходя из них, он мечтается, каким должен был бы быть. Иными словами, они очерчивают конструкции сказки, которая на узнаваемом материале воплотит скрытые ожидания зрителей. Так возникает то «мифологическое качество» сериала, которое и определяет, будет он событием или пройдет незамеченным, несмотря на его высокое «телевизионное качество». ... Базовые метафоры успешного сериала должны соответствовать тем течениям культурных и общественных настроений, которые преобладают в данный момент в обществе. Но при этом соответствовать им не прямо, а таким образом, чтобы зритель, сидящий у телевизора, продолжал оставаться в пространстве символической безопасности — лично ему, его картине мира, ценностям, идентичности в момент просмотра ничего не должно угрожать» (Богословская, 2007: 95).

Последний фактор весьма важен, так как «появление в сериале бьющей в глаза реальности или актуализация им слишком болезненных тем современности немедленно

сказывается на его популярности... Зритель не хочет, чтобы ему напоминали о его незащищенности, близости смерти и других экзистенциальных проблемах. Сериальные миры призваны эту базовую тревогу потушить, а не разжечь. Горькая правда, развенчивающая иллюзии, зрителям сериалов не нужна. ... Однако и полное выключение из сериальных миров тех частей реальности, которые вызывают тяжелые ассоциации и будят базовую тревогу, также не получается — сериалы при этом теряют актуальность и зрители говорят о них уже разочарованно... Чтобы сериал имел успех, нужно, чтобы он точно соответствовал самым насущным в этот момент общественным представлениям, но при этом не возбуждал базовую тревогу» (Богословская, 2007: 97).

Впрочем, о сериалах журнал «Искусство кино» охотно писал и в 1990-х. Реально же новым теоретическим трендом журнала в XXI веке стал анализ феномена Интернета и виртуальной реальности.

Характерно, что уже само название статьи исследователя медиа Л. Мановича — «YouTube и будущее теории кино» — было своего рода вызовом прежним представлениям о киноведении.

Л. Манович писал, что «наличие «больших данных» (big data) очень важно для исследования кино как вида искусства. Под словом «кино» я здесь понимаю не только кино студийное, но также и видео, выпускаемое блогерами, музыкальные клипы, образовательные ролики, рекламу и т.д. Всю эту продукцию (при понятном различии) объединяет использование параметров и ресурсов кинематографа — то есть то, что мы и называем кинематографическим языком. Возникновение социальных медиа в 2000-е годы, а также постепенная оцифровка произведений прошлого произвели в изучении культуры настоящую революцию. ... Вторая общая черта этой новой парадигмы — использование статистических методов. ... Статистическая теория кино была предложена Дэвидом Бордуэллом еще в 80-е годы прошлого века. Он предложил описывать язык классического Голливуда не как набор правил, формул или рецептов, а как статистические закономерности. ... Насколько я знаю, эта очень интересная идея не получила дальнейшего развития в киноведении. Но, так как сегодня статистический подход стал стандартным для изучения культуры через анализ «больших данных», такая теория выглядит достаточно привлекательно... Если нас интересует изучение художественных языков кино в его сегодняшних проявлениях (включая всевозможные жанры и формы того, что так широко представлено на YouTube), сегодня у нас есть для этого воистину уникальные возможности. ... Наличие миллиардов видеоклипов и фильмов в сети означает, что потенциально мы увидим не просто какой-то один язык кино, а множество разных диалектов, их различия и все многообразие форм этих языков. В отличие от натуральных языков, число которых на планете быстро сокращается, в мире медиа мы наблюдаем постоянное расширение и возникновение новых диалектов и гибридов. И, наверное, нет другой такой платформы, где представлено такое их разнообразие, как на YouTube. Этот видеохостинг можно сравнить с огромным мегаполисом, в котором живут люди, говорящие на многих сотнях языков, влияющих друг на друга. Но если в натуральных языках изменения могут занимать столетия, десятилетия или годы, то современные медиаязыки способны меняться гораздо быстрее. Эта скорость изменений дает нам дополнительный повод, чтобы изучать их и лучше понять параметры человеческой креативности. В том числе то, как на нее влияют глобализация, развитие медиатехнологий, доступ к культурному наследию прошлого и к бесконечному числу произведений современности, использование машинного обучения для поиска и рекомендаций и многие другие факторы, определяющие специфичность нашей кинотехнической цивилизации» (Манович, 2021: 12-13).

Таким образом, теоретический подход и прогноз Л. Мановича противоречил не только всем прежним представлениям о «классическом» киноведении, как о науке, изучающей, прежде всего, теорию и историю художественных вершин киноискусства, но и теснил более «новые» (в том числе — локальные) теоретические подходы в науке о кино, связанные с семиотикой, гендером, фрейдизмом и т.д.

Словно продолжая размышления Л. Мановича, кинокритик В. Лященко утверждал, что YouTube стал платформой для киноведения с миллионной аудиторией (Лященко, 2021: 32-35), так как «многословные или бессловесные, намекающие или разжевывающие видеоэссе объединяют аналитическое с чувственным. Объясняя, они завораживают, погружают в просмотр, уподобляются тому, о чем говорят, то есть превращаются в метакино.

И в таком качестве оказываются востребованы миллионами зрителей... Вряд ли все эти зрители собираются снимать собственное кино, но материал киношкол, поданный таким образом, их увлекает. Что, кстати, заставляет дистрибьюторов фестивального, авторского, независимого и т.д. кино думать об этих людях как о своих потенциальных потребителях. ... Видеоэссеистика не заменит кинокритическое письмо, нет такой задачи, но она существенно обогащает восприятие по обе стороны YouTube-окна. И тот, кто садится за цифровой монтажный стол, чтобы разобрать очередной режиссерский прием, и тот, кто ждет выхода очередного ролика с таким разбором, делают разговор о кино содержательнее» (Лященко, 2021: 35).

Однако в этой связи О. Аронсон обращал внимание читателей журнала и на отрицательные стороны просмотра видеофайлов в YouTube, так как «возникает резонный вопрос: что в большей степени мы сегодня должны ассоциировать с кинематографом – фильмы-произведения, составляющие его историю, или же растражированные плохие копии, фильмы, деформированные специальными программами, подвергшиеся цензуре, раскромсанные на фрагменты и заново скрепленные в многочисленных видеообзорах?» (Аронсон, 2021: 16).

При этом в современной аудиовизуальной сфере (включая интернет) «нет никакого «внутреннего цензора» (то есть собственной морали), который может запретить ... [автору] использовать то или иное выразительное средство. Мораль никогда не принадлежит субъекту, но всякое «я» включено в мир других, в котором силы морали действуют наряду с другими (экономическими, эротическими и т.д.), структурируя «я» в качестве субъекта. Но даже если предположить наличие «внутреннего цензора», то тогда все равно не ясно, каким образом он может запретить что-то другому? В любом случае введение «внутреннего цензора» означает тотализацию этических принципов, признание некоторых ценностей незыблемыми, всеобщими, божественными» (Аронсон, 2001: 81).

Размышляя на аналогичную тему, Л. Узарашвили напоминала, что «сам факт того, что YouTube не производит контент – как это делают телевидение или киностудии, – создает впечатление, что он ничем не управляет и не участвует в формировании содержания своей платформы. Но он манипулирует создателями контента, чтобы результат их работы удовлетворял ожиданиям желаемого сегмента аудитории. ... Таким образом, с одной стороны, вполне очевидно, что миф о безусловной прогрессивности YouTube строится по большей части на демократической идеологии, которая встроена в позиционирование компании как платформы с лозунгом *broadcast yourself* («транслируй себя»). Несмотря на это обещание, алгоритмы платформы работают противоположным образом – дискриминируя непродаваемый контент и выводя в лидеры конформные блоги, которые могут зарабатывать или уже зарабатывают на рекламе. С другой стороны, усилиями конкретных людей в результате выполнения менее прибыльной и более скрупулезной работы в YouTube действительно появляются «пузыри» альтернативного контента, направленного на создание более демократического и прогрессивного будущего. Это заслуга людей, а не самих технологий, которые скорее сопротивляются такой практике, нежели поддерживают ее» (Узарашвили, 2021: 42, 44).

На негативных свойствах интернета сосредоточился Д. Голышко-Вольфсон (1969-2023), подчеркивая, что «в эпоху высоких технологий именно электронные медиа ... делают генераторами беспричинной паники и суеверной боязни Сетевое сознание, привыкшее безмятежно странствовать по исхоженным трассам Интернета, подчас оказывается травмировано неожиданным для него и ошеломляющим амплуа Сети. Амплуа адской машины, занимающейся эманацией зла не из корыстных или нравственных побуждений, а по собственным, не подлежащим расшифровке, инфернальным прихотям. Тревога делается психотическим камертоном современного человека, разглядевшего в Интернете резервуар таинственного, жестокого и неподвластного, но не сыскавшего способ это таинственное обуздать и приспособить для своей выгоды. Любые попытки дать этому таинственному естественнонаучные объяснения, применить к нему этическую шкалу или ввести в моральные рамки, а также призвать виртуальное к сознательности, смехотворны и загодя обречены на фиаско – вот что диагностирует современный кинематограф» (Голышко-Вольфсон, 2003: 96).

Киновед М. Теракопьян полагала, что «цифровое изображение изменяет наше ощущение необходимой связи между камерой и внефильмовой реальностью. Присутствие

того и другого уже не является абсолютно необходимым. Теперь «сфотографировать» то, что невозможно увидеть, стало намного проще. Компьютерные технологии преобразуют изображение в пиксели, которые можно с легкостью трансформировать, перерабатывать, изменять. Стирается линия между анимацией (которая создает образы там, где их вообще прежде не было) и монтажом (который занимается перестановкой фрагментов событий, произошедших перед камерой). Когда художник получает возможность легко манипулировать цифровым изображением либо в целом, либо покрупно, фильм превращается в серию рисунков. Возможность вручную рисовать на оцифрованных снимках — это весьма серьезное изменение в статусе кино, парадоксальным образом возвращающее «искусство движущихся изображений» к его истокам» (Теракопьян, 2007: 71).

Теоретическая статья Е. Майзеля «Стадия зеркала: VR и кино» фокусировалась на феномене виртуальной реальности (Майзель, 2019: 169-182).

В ней Е. Майзель писал, что хотя данная технология вошла в бытие человека XXI века, «общественным культурным событием виртуальные фильмы или арт-объекты не стали... Кинематограф не боится VR и готов съесть его со всеми потрохами, но есть одна маленькая деталь... — способность зрителя тем или иным образом участвовать в действии картины. Безусловно, по своей значимости такая трансформация, если она произойдет, не уступит ни проблеме звука, ни даже дигитализации, поскольку речь идет о смене базовой и до сих пор остававшейся неприкосновенной схемы потребления: из сеанса просмотра, наблюдения фильм превращается в сеанс активного квеста. С одной стороны, это новшество, думается, гарантирует востребованность нормального «наблюдательного» кинематографа (точно так же, как с приходом кино и ТВ выжили и живопись, и фотография), с другой — сам этот переход радикально изменит функции не только зрителя, но и образа и, возможно, вообще всей образной системы того, что мы называем кинематографом сейчас» (Майзель, 2019: 181-182).

Тот же Е. Майзель далее отмечал современная «видеомасса» всё чаще обращается к тематике «всё новых и новых меньшинств, ранее игнорируемых киноэкраном или представленных на нем искаженно, подключились гомосексуалы, квир-публика, цветные и этнические меньшинства, представители постколониальных обществ и далее вплоть до людей с той или иной инвалидностью. К настоящему моменту этот процесс не завершен, его логика и пафос далеко не исчерпаны, но к началу нулевых годов нашего века он достигает своеобразного пика в открытии заново наших животных соседей по планете с их субъектностью, с их временем, с их выразительным молчанием..., от которого давно отказался человек, познавший необходимость труда, а с ним и горечь отчуждения» (Майзель, 2020: 101).

Что касается теоретических подходов к российскому кино, то здесь в полном соответствии с «западным критическим взглядом» на Россию М. Липовецкий утверждал на страницах журнала «Искусство кино», что «сегодняшняя культура пытается избавиться от советского наследия, понятого как провал в архаизирующую дикость, и вернуться в модерность. Но, во-первых, модерность неоткуда взять, кроме как из советского же опыта. Во-вторых, эти попытки накладываются на постмодерные веяния, идущие как из собственного эстетического андерграунда, так из широко распахнутых дверей на запад — в постмодерную Европу. Если постмодерное сознание предлагает непрерывную проблематизацию и деконструкцию норм и абсолютов своей культуры — в том числе и с точки зрения других сознаний, — то, например, отчетливая ностальгия по империи и имперскому величию, характерная не только для старшего, но и для младшего поколения кинорежиссеров... не могла не встать на пути, допустим, у постколониального дискурса. Казалось бы, он должен естественно сопутствовать распаду империи, но не сопутствует, потому что не сопровождается — по крайней мере, в русской культуре — критической рефлексией по поводу колониальной роли этой самой культуры; напротив, неизменно обижены и угнетены в массовом сознании и в наиболее массовых произведениях... предстают именно Россия и русские» (Липовецкий, 2003: 79-80).

В рамках той же тематики теоретического осмысления процессов в постсоветском кинематографе Е. Майзель вполне резонно отмечал, что «в новейшем российском кино — в виде реакции на эти социально-исторические травмы — отчетливо выделяются именно постутопические настроения, а иногда и полная редукция утопического измерения вообще — в той мере, в какой таковая возможна. ... Итак, в общем и целом молодое российское кино

постутопично. Если и возникает в нем какой-либо утопический мотив — как надежда на лучшее, как поиск героем себя, как вера в определенные пути самореализации, — то чаще всего это бегство. Современные герои верят в побег — из общества, из мегаполиса, из деградировавших городских (то есть, попросту, общественных) отношений» (Майзель, 2010: 35).

Однако при всем том в российском кино первых двух постсоветских десятилетий, по мысли Е. Майзеля, отсутствовали «картины на многие горячие, болезненные темы, и это тоже синдром постутопического состояния духа. В частности, у нас почти не снимаются фильмы о ценности свободы, хоть индивидуальной, хоть общественной. Подспудная апология либерализма прослеживается лишь в ретрополотнах об оттепельно-застойно-перестроечной действительности, то есть о тех последних трех десятилетиях СССР, когда «Запад» символизировал для наших расслабившихся соотечественников такие дефицитарные в их мире блага, как свобода слова, стиля, образа жизни, приобретений и путешествий... Отсутствует честное социалистическое кино в духе какого-нибудь Кена Лоуча. ... Отказ молодых авторов от многих актуальных тем, подчеркнутая «безыдейность» и ускользание от четких смысловых акцентов суть следствие ригидности нашего общего постшокового состояния. Все эти лакуны — результат огромного общественного разочарования, масштаб которого нам еще предстоит осмыслить» (Майзель, 2010: 35, 39).

Статьи К. Разлогова (Разлогов, 2002: 83-92) и Н. Сиривли (Сиривли, 2001: 69-76) были посвящены попытке постсоветского кино отразить на экране гламурную жизнь так называемых «новых русских», которая в минимальной степени соприкасалась с уровнем баяния обычных российских граждан. В этой связи И. Манцов полагал, что российским кинематографистам «требуется всего лишь внимательно приглядеться к социальной реальности своей страны, по мере сил и таланта отразив ее на кино-, телеэкране. Все. Никаких формальных изысков, никакой такой гениальности истребуется. Всего лишь по-честному взглянуть. Не в бездны своего подсознания (кстати, абсолютно предсказуемого, как и подсознание почти любого человека или как современное российское кино), а в бездны повседневной действительности. Обещаю, к вам моментально потянутся отборщики крупнейших западных фестивалей, отечественные зрители и даже хитроумные продюсеры с большими финансовыми возможностями. Потому что правда всегда стоит дороже. Дороже, чем что бы то ни было. К сожалению, в России эта точка зрения до сих пор непопулярна» (Манцов, 2002: 73).

В этом плане интересна статья этнолога Е. Романовой, посвященная исследованию мифопоэтического хронотопа якутской визуальности (Романова, 2021: 38-45) в контексте именно отражения ею реального мира. В частности, Е. Романова писала, что «магия якутской речи, зыбкость и текучесть времени, проницаемость профанных и сакральных границ, перетекание пространств и символов, обращение к культуре воспоминаний, онтологическая симметрия как организация мира, множественность выбора, сотворчество — эти составляющие традиционной ментальности якутов задают новую визуальную программу эстетических переживаний. Осмысление авторских ландшафтов воображения и преобразования реальности раскрывает киноязык якутского кинематографа как явления сопостранственности. Его знаковая система демонстрирует пространственную перспективу, а трансцендентальное свойство взаимного перетекания пространства и времени, характерное для архаичных традиций, создает особый мифопоэтический язык визуального нарратива. Один из ключевых визуальных приемов якутского авторского кино — метафорическая модель описания внутреннего мира героя посредством ландшафтных топосов. Обращение режиссеров к пространственным образам-архетипам имеет внутреннюю логику и отсылает к традициям национальной культуры. Опыт визуализации пространства в культуре саха можно представить как определенную медиаархеологию. Визуальный метод наложения одного культурного пласта на другой, где прошлое прорывается через новое, для якутского кино становится окном в современный мировой кинопроцесс» (Романова, 2021: 44-45).

Дискуссии о проблемах кинематографа и общества

Никогда ранее в журнале «Искусство кино» не было такого количества дискуссий, как в первые два десятилетия XXI века. В значительной степени они были посвящены общественно-политическим проблемам, однако, в меньшей степени — проблемам кинематографа.

К примеру, в ходе дискуссии «Кинопрокат: миссия (не)выполнима?» (Кинопрокат..., 2002: 5-18) главный редактор журнала «Искусство кино» Д. Дондурей (1947-2017) напомнил, что «экономика производства существует у нас в полном отрыве от экономики проката. Российские продюсеры все свои экономические интересы реализуют на этапе создания фильма. Это все равно, что делать ботинки не для того, чтобы их носили, а колбасу не для того, чтобы ее ели. Несколько премьерных сеансов в нескольких кинотеатрах не могут возместить реальные производственные затраты. Известны лишь единичные случаи окупаемости российских фильмов... Итак, производство у нас существует в ненормальных условиях, а хорошие кинотеатры при этом есть, зрителей становится все больше, доходы от проката растут. ... С 1988 года кинематографисты твердили: вся беда в том, что, принимая новую модель кинематографа, мы упустили прокат, отдали его в «чужие» руки, местным властям. Теперь понятно, что это было единственно правильное решение. Прокат сегодня уже «выздоровливает», а производство — на грани полного краха. Я имею в виду качество российских картин, востребованность их у платежеспособной аудитории. Мы не только не умеем снимать массовое, коммерческое кино, мы разучились снимать» (Кинопрокат..., 2002: 6).

В ходе еще одной дискуссии Д. Дондурей отмечал, что в данной ситуации он видит «трех заказчиков, достаточно мощных и количественно, и по авторитету, и по экономике. Самый влиятельный из них — публика коммерческого, большей частью американского, кино... Эта аудитория удваивается практически ежегодно, составляет основной контингент театрального проката и кормит всю нашу киноиндустрию. ... Второй сегмент аудитории — те постсоветские люди, которые живут в основном воспоминаниями о прошлом, явно или косвенно ненавидят сами принципы нынешней жизни. Они ориентированы на кино, которое можно назвать коммерцией в старом понимании. Не ходят ни в новые, ни в старые кинотеатры, но просиживают у телевизора, наблюдая за чередой неразличимых один от другого сериалов. Они, конечно же, любят советское кино... Но у кино, рассчитанного на такую аудиторию, нет перспектив ни в кинотеатрах, ни на видео, поскольку по своему содержанию, по закодированным «версиям реальности» оно может жить только в телевизоре. И, наконец, третья часть аудитории — профессионалы и те любители кино, кто способен воспринимать авторский кинематограф, кто возлагает на него все свои ожидания. ... Таких зрителей, конечно, немного, но они очень влиятельны, поскольку через институт критики держат в своих руках оценку современного кино. Их представители сидят в жюри всех европейских кинофестивалей и делают там погоду. Одна из существенных, ... стратегических, проблем современного российского кино состоит в том, что эти аудитории практически не соприкасаются. Каждая живет своей жизнью и по-своему смотрит на мир, на функции кино. Получается, что наш кинематограф обращается сегодня буквально к трем разным нациям, несмотря на то, что эти люди живут в одной стране и говорят на одном языке» (И вот..., 2004: 5-6).

Примерно на такие же позиции занимал Д. Дондурей в ходе дискуссии под названием «Код неизвестен» (Код..., 2004: 99-108), добавив к этому, что «в России идет невероятный бум телесериалов, которые составляют 20 процентов всего эфира, а вместе с игровым, документальным кино и анимацией кинопоказ в целом — это 54 процента. ... Не так просто выгнать с телеэкрана «Скорую помощь» или «Секс в большом городе», «выставить» лучшие мировые сериалы из нашего прайм-тайма, но это же произошло: российские сериалы победили» (Код..., 2004).

В спор с Д. Дондуреем вступил киновед В. Фомин: «Формулировка дискуссии меня поразила: «Код неизвестен». А он-то как раз известен! Это код русской художественной традиции, которая, вопреки официальной идеологической давилке, в наше отечественное кино вошла, пусть в ограниченном, урезанном объеме. И все наше кино держалось на ней. С началом перестройки мы потеряли этот код. Система художественных ценностей, что довлеет над нашим кино сегодня, есть нечто подражательно-космополитическое. Чуждая нам система ценностей, которая завела нас в тупик, не только не уходит, напротив, она впитана большинством молодых российских кинематографистов» (Фомин, 2004: 101).

К 2005 году ситуация в кинопрокате начала меняться в связи с появлением нескольких кассовых российских хитов. И эти перемены в 2005 году журнал «Искусство кино» отразил на своих страницах в дискуссии о киноблокбастерах (Блокбастер..., 2005: 6-23).

В начале дискуссии Д. Дондурей справедливо отметил, что «ещё полтора года назад в России не было фильмов, которые можно назвать блокбастерами: с большим бюджетом, звездами, спецэффектами, полноценной рекламой, — фильмов, которые могут конкурировать в нашем прокате с продукцией Голливуда. Вместе с появлением «Ночного Дозора» началась новая эра... В результате только за один год отечественный кинематограф в три раза увеличил свое присутствие в годовой кассе российского бокс-офиса. И если в 2003 году сборы составляли не более 5 процентов, то в 2004 году наши фильмы собрали уже 15—16 процентов, а это уже серьезные цифры. Если в 1997 году наш кинотеатральный рынок оценивался в 8 миллионов долларов, то в 2005 году сборы составили по меньшей мере 370 миллионов. Темпы роста в этой отрасли за шесть лет таковы, что даже нефтяная и газовая промышленность ничего подобного не знают. ... [но], несмотря на то что российский кинематограф продвинулся благодаря нескольким блокбастерам, увеличил свое присутствие на экранах, он в целом все же почти не поколебал американцев, которые продолжают стабильно получать до 80 процентов всех сборов в нашей стране» (Блокбастер..., 2005: 6-7).

Ю. Богомолов (1937-2023) в своем выступлении обратил внимание на проблемы киноглобализации и роли кинематографической массовой культуры в российском обществе: «Мне кажется, что нашему кинематографу предстоит действительно очень сложный, трудный, противоречивый путь. В конце концов, в чем отличие XX и начинающегося XXI века от предыдущих эпох? В прежние времена высокая культура, её жанры были на виду, являлись презентативными, а низкие — существовали и развивались на полях массовой высокой культуры. Существовали, развивались, но к ним относились снисходительно. Сейчас же произошла рокировка, которая состоит в том, что массовая культура стала, как ни странно, в центре всей культуры, а авторская существует на её окраинах» (Богомолов, 2005: 20).

В ходе дискуссии под названием «В поисках смысла: новый патриотизм» (В поисках..., 2006: 5-25) Д. Дондурей отметил парадоксальную ситуацию, сложившуюся в России к началу XXI века: «процессы обновления население нашей страны воспринимает как несправедливые, неправильные, невыносимые. В результате понимание происходящего абсолютно неадекватно тому, что происходит в самой реальности. Люди, уже много лет действующие в условиях рынка, воспринимают частную собственность (есть масса социологических исследований на эту тему), в сущности, очень негативно. ... Предприниматели — в телевидении, в воображении, а значит, и в самой жизни — представляются исключительно в качестве бандитов. Это закреплено в более чем двух тысячах серий, снятых за последние три года, в большей части девятистот фильмов, созданных после 91-го года. Интеллектуалы и художники не предложили практически никаких продуктивных моделей, помогающих соотечественникам адаптироваться к новой жизни. ... В сознании людей выращена целая мировоззренческая система, в соответствии с которой труд, творчество, активность не являются ценностями» (В поисках..., 2006: 7). С другой стороны, по мысли Д. Дондурея, кажется странным, что в России XXI века патриотизм ассоциируется в основном с войной и спортом в ущерб «мирному пониманию патриотизма в огромной и сложной мирной жизни» (В поисках..., 2006).

Киновед и культуролог К. Разлогов обратил внимание на то, что возможности воздействия государства и художников на процессы реальной культурной жизни минимальны, так как «речь, действительно, идет о неких неосознаваемых силах и влечениях (Юнг это называл «коллективным бессознательным»), которые рано или поздно приводят к одним и тем же результатам, несмотря на то, что все участники социокультурного действия вроде бы хотели привести общество к чему-нибудь совершенно другому. Кажется, что в структурах социальных связей воспроизводятся какие-то устойчивые структуры психики. Как бы мы ни пытались взломать их и заставить повернуть в другую сторону, это не удастся. Удастся лишь подмывать их, подкапывать, иногда даже взрывать, но спустя десятилетия опять строится новодел, такой же, каким он был» (В поисках..., 2006).

Киновед Д. Комм в этом контексте писал, что в начале XXI века на российском телевидении «исчезли почти все более или менее вменяемые политологи, а их место заняли фигуры вроде Леонтьева и Дугина, неустанно поющих песню про то, что «враги сожгли родную хату». ... Отдельные журналисты, ошибочно полагавшие, что их долг распространять не патриотизм, а достоверную информацию, удалены из профессии.

Разумеется, кинематографисты тоже не могли остаться в стороне от этих титанических усилий. Тем более что любовь к родине — дело недешевое, под нее выделяются изрядные бюджеты, которые грех не освоить. Результат: возрождение старого доброго военно-патриотического кино, которое поторопились было списать в архив» (Комм, 2006: 113).

В этой связи весьма обоснованным выглядело мнение киноведа М. Туровской (1924-2019), высказанное ею, правда, в более ранней дискуссии на страницах журнала «Искусство кино»: «Задача нашего кино заключается не в том, чтобы мы заранее создали какой-то идеологический проект. Я не верю в такие идеологические проекты, я не верю, что с помощью телевидения, средств массовой информации и т.п. можно спустить людям идеологический проект. Я верю, что этот идеологический проект может прижиться лишь в том случае, если он хотя бы в какой-то степени соответствует ожиданиям массы. Вы можете к нему что-то добавить, что-то отвергнуть, но если идеология не соответствует ожиданиям людей, они ее не воспримут. ... Я думаю, что если бы наш кинематограф повседневно описывал наличную действительность — а мы живем в удивительной действительности, в переходный период, — это и было бы его бесценным вкладом в создание нашей мифологии, идеологии и т.п. Но наша реальная повседневность остается неохваченной, она не описана на экране. Экран в основном самовыражается» (Туровская, 2001: 169).

В дискуссии о теме насилия в кинематографе (Весь..., 2003: 5-22) киновед и режиссер О. Ковалов напомнил, что «более жестокого и натуралистичного кинематографа, чем советский, в 20-е годы в мире действительно просто не было — «буржуазная цензура» не пропустила бы на экраны и сотой доли тех зверств, которые живописали отечественные ленты о революции. Немецкие цензоры делали купюры в фильме «Броненосец «Потемкин» (Весь..., 2003: 11-12).

Обращаясь к современности, О. Ковалов подчеркивал, что «реки крови в нынешнем жанровом кино ничуть не удивляют: оно всегда поставляло на рынок не только грезы, но «рубку, сечу, поножовщину» и «страшные сказки». Сегодня оно — тот же род балагана, смесь ярмарочного аттракциона с компьютерной игрой. Эта машина функционирует по извечно заданным ей законам. Она не меняет своей сущности оттого, что в мир балагана приходят пресловутые новые технологии. Невелика разница, слетает с плеч персонажа муляжная голова из папье-маше или масса тел корчится на экране от рассекающих их лазерных лучей. От таких зрелищ впадают в зависимость, родственную наркотической: первый шок притупляется, потребитель ждет более сильную инъекцию, и этот процесс бесконечен» (Ковалов, 2003: 14). Однако в «авторском жанровом» кино эстетов и рафинированных интеллектуалов «изошренное сознание, дразня и провоцируя, предается эстетическим играм с насилием — рождает его причудливейшие формы или провокативно меняет местами добро и зло. Это сфера салонного насилия. И здесь наши гуманистические воззрения приходят в парадоксальное противоречие с эстетическим чувством. Признаемся, что знаменитая сцена из хичкоковского «Психоза», где женское тело извивается под ударами ножа маньяка, доставляет нам эстетическое наслаждение... Попросту говоря, нам приятно на это смотреть» (Ковалов, 2003: 14).

Одной из самых заметных на страницах «Искусства кино» XXI века была дискуссия под названием «Конец артхауса?» (Конец..., 2005: 16-29), в которой кинокритик А. Шпагин утверждал, что «артхаусом сегодня называется то направление в искусстве, которое раньше было принято именовать «авангардом». ... авангард (а сегодня артхаус) есть некая расщепленная форма (чаще всего с очень сложной структурой, а то и вовсе при отсутствии оной): нарочито запутанный язык, каскад из зашифрованных и странно сочетающихся образов, часто нечто искусственно замедленное, скучноватое, развивающееся в соответствии с прихотливыми желаниями автора, открыто фразированное публику своей оригинальностью и загадочностью. В любом авангардном произведении немаловажную роль играет момент провокации — спора с привычным мифом и разрушения затверженных штампов восприятия. Чаще всего авангард трудно отличить от откровенной халтуры или нечленораздельного бреда» (Конец..., 2005).

А кинокритик А. Плахов подчеркивал, что «есть кино с высокой концентрацией авторского начала, а есть — с концентрацией минимальной... Одно время любили говорить о кино элитарном (фестивальном) и массовом. Но и это не самая точная оппозиция, точнее определять — кино высокобюджетное и малобюджетное, высококупаемое и малокупаемое. ... Точно так же, как советские идеологи говорили о «диффузии идейного и

коммерческого кино на Западе»..., сегодня, после постмодернистской экспансии, все смешалось в доме Облонских, в том числе артхаус с мейнстримом. Новый эстетический кентавр — артмейнстрим — на самом деле не так уж нов и представляет собой компромиссный продукт, годный для показа в большем количестве залов... В обиход мейнстрима входят также многие табу и резервации современной культуры, например порнография» (Конец..., 2005: 7-8).

О проблемах кинокритики и киноведения

В 2001 году журнал «Искусство кино» отметил 70 лет со дня основания. В связи с этим на его страницах был размещен ряд материалов, посвященных истории журнала. Киновед М. Туровская (1924-2019) писала об «Искусстве кино» 1930-х (Туровская, 2001: 15-18), киновед В. Фомин — о журнале в 1940-х (Фомин, 2001: 19-22), киновед Н. Зоркая (1924-2006) — о журнальных периодах 1950-х и 1970-х (Зоркая, 2001: 23-25; 31-35), историк кино Е. Марголит — о 1960-х (Марголит, 2001: 26-30), журналист и писатель Т. Москвина (1958-2022) — о 1980-х (Москвина, 2001: 36-39), писатель и кинокритик Д. Быков — о 1990-х (Быков, 2001: 40-43). К истории разных периодов журнала «Искусство кино» были обращены и статьи кинокритиков Ю. Богомолова (1937-2023) (Богомолов, 2001: 5-7), А. Зоркого (1935-2006) (Зоркий, 2001: 8-10), В. Кичина (Кичин, 2001: 11-13), А. Медведева (1938-2022) (Медведев, 2001: 14-16), Н. Суменова (1938-2014) (Суменов, 2001: 18-20), П. Шепотинника (Шепотинник, 2001: 20-22), К. Щербакова (Щербаков, 2001: 23-24), Р. Юренева (1912-2002) (Юренев, 2001: 25-29). В силу их специфики эти статьи были проанализированы и процитированы нами ранее (Fedorov, Levitskaya, 2022), поэтому здесь мы отметим только, что все эти тексты были невелики по объёму и написаны в довольно вольном стиле эссе.

Но, как и раньше, самые жаркие дискуссии в журнале «Искусство кино» велись по поводу проблем кинокритики и киноведения.

Одна из самых острых дискуссий в журнале на эту тему назвалась «Критика как PR» (Критика..., 2003: 13-29).

Здесь кинокритик Н. Зархи (1946-2017) обращала внимание на «мутацию критики, исчезновение по-прежнему актуальных жанров, потерю едва ли не главных составляющих нашей профессии, онтологических ее свойств. Традиционная критическая методология, анализ, опирающийся на конкретные аргументы, критическая интрига и индивидуальный стиль все чаще уступают место тому, чем силен пиар, призванный представить фильм или имя лакомым товаром и продвинуть его к потребителю. Напор, лихое слово, хлесткая, похожая на слоган и на поверку бессмысленная фраза, впечатывающаяся в мозг, — все эти приемы переходят в критику, а такие понятия, как глубина, скажем, становятся уже чуть ли не ругательством» (Критика..., 2003: 13).

Писатель и кинокритик Д. Быков был не столь категоричен: «Я ничего не имею против честного пиара. Все мы занимаемся им так или иначе, и наверняка люди, которых интересуют технологии, убеждены, что каждое мое слово здесь — это пиар самого себя, а не попытка разобраться в теме. Я ничего против такого подхода не имею. С известной точки зрения, так оно и есть. Беда в том, что наш критик чаще всего занимается не пиаром продукта, а пиаром самого себя. Он стремится продемонстрировать, какие он знает слова, на каких фестивалях был в последнее время, в какие тусовки он вхож. ... Когда происходит такой пиар самого себя, своей тусовки или своего поколения, то мало того, что это не очень содержательно, это по отношению к картине, про которую ты пишешь, просто нечестно. Потому что надо, чтобы было видно ее, картину, а не тебя. Так мне кажется. А задач у критиков, в отличие от пиарщиков, по-моему, всегда было две, и сформулировал их еще Блок в Пушкинской речи. Одна, конечно, заключается в том, чтобы помогать художнику разобраться в себе, а вторая — не называть искусством то, что таковым не является. И эти задачи, на мой взгляд, всегда будут актуальны» (Критика..., 2003: 14).

Кинокритик В. Матизен напомнил, что «полностью независимых критиков не бывает, но к этому надо стремиться. Любой критик зависим от определенных эстетических концепций. И не только от них. ... Зависимость критика от дружеских связей с кинематографистами — реальность. Об этом со ссылкой на Трюффо-критика хорошо писал Андрей Плахов. И сделал тот же вывод: лучше быть предателем, который сегодня обедает с режиссером, а завтра ругает его новый фильм, чем верным другом, который хвалит его неудачный опус. ... Никто, конечно, не имеет права запретить человеку совмещать роль

критика с ролью киноведа, журналиста, рекламиста-пиарщика и даже с ролью сценариста или режиссера. Но есть такая штука, как критическая репутация, обрести которую непросто, а потерять можно в одночасье» (Критика..., 2003: 16).

Философ и киновед О. Аронсон согласился с тем, что «большинство людей, которых мы по инерции называем критиками, будут в той или иной степени обслуживать интересы какого-то капитала — кинематографического, продюсерского, фестивального, неважно какого, — это очевидно. Более того, все они будут называться (и самоназываться) критиками, и мы должны с этим каким-то образом смириться. ... Так вот, несмотря на то, что все эти критики будут существовать под именем критиков, остается вопрос о профессиональном месте критика, о критической позиции и критическом высказывании, которые к этому обслуживанию интересов капитала не принадлежат. ... Сегодня, на мой взгляд, если независимая профессиональная критика и возможна, то она в каком-то императивном порядке подразумевает приостановку суждения с точки зрения вкуса. ... профессионализм критика оказывается тесно связанным с его способностью удерживать некий социальный момент в своем высказывании, учитывающий некоторую невозможность доверия первичному импульсу чувственности. Сегодня же профессиональных критиков в этом смысле практически нет. ... Критика необходима. Она всегда пиар, но пиар в прямом смысле слова, то есть public relations, потому что она, так или иначе, устанавливает связь с обществом. ... Итак, критик — это тот, кто формирует вокруг себя некое сообщество, прежде всего. Это сообщество может быть сколь угодно малым, но оно прислушивается к нему, поскольку знает, что именно в согласии или полемике с высказыванием критика оно имеет возможность быть мыслящим и чувствующим. В критике важно именно такого рода социально-значимое высказывание» (Критика..., 2003: 18-19).

В. Шмыров отметил, что в России XXI века кинокритика «в ее прежнем виде, наверное, на больших газетных полосах уже и не очень нужна... А с другой стороны, не пришел другой, новый критик. Ведь смотрите, какой бум переживает телевидение, сколько показывается сериалов. И, казалось бы, переключай каналы, и пиши об этом процессе. Это тоже реальность, которая должна быть интересна критику и читателю. Но профессия колумниста, телевизионного критика, который бы описывал состояние художественного телекино, увы, сегодня, просто отсутствует. Даже нет, кажется, в этой специализации какой-либо необходимости. Более того, я думаю, что большинством присутствующих сама постановка такой задачи будет воспринята как глубоко оскорбительная. И здесь мы сталкиваемся с парадоксальным явлением: чем меньше зрителей может увидеть фильм, тем больше об этом фильме пишет критика. ... Сегодня жизнь критики продолжается в Интернете. Ее определяют совсем другие люди, имена которых мы не всегда знаем, а язык которых бывает достаточно специфичен. Но, тем не менее, это то, что делает кинокритику вещь реальной, востребованной. Это кинокритика, которая в большей степени ориентируется на эстетику и технологию, нежели на идеологию или «общегражданские принципы». И в этом, мне кажется, залог того, что сегодня не все так безнадежно» (Критика..., 2003: 19-20). Таким образом, В. Шмыров приходил к выводу, что российские профессиональные кинокритики далеки от читателей, любящих читать про кино, то есть совершенно никак не связаны с той общественностью, которой она должна представлять наш кинопроцесс.

Киновед А. Артюх обратила внимание на то, что в XXI веке, «в отличие от российской ситуации двадцатилетней давности... кинопроцесс оценивается критиками как куда более сложный, разветвленный и многомерный. Критики вынуждены, в силу своей специализации, опираться на знания коллег по тем вопросам, которые сами не успевают изучить в силу небывалой многомерности кинопроцесса. Первое, что мы приобрели в современной рыночной ситуации, — это понимание необходимости изучать и анализировать аудиторию, которая и есть потребитель кинопродукции. Критики наравне с прокатчиками и творцами также стали нести серьезную ответственность за то, как воспринимаются фильмы кинозрителями, насколько высока степень доверия зрителя» (Критика..., 2003: 27-28).

Зато И. Манцов, по сути, игнорируя основную целевую аудиторию кинокритики — публику, полагал, что «кинокритик (КК) есть хранитель очага, человек, контролирующий реальный кинопроцесс (КП), и лишь во вторую, в третью очередь — писатель. КК работает непосредственно с кинематографистами: режиссерами, продюсерами, драматургами, чиновниками департамента культуры. Подлинная задача КК: когда хитростью, а когда грубостью, когда лестью, а когда эзоповой речью, что называется, «разводить»

практикующих кинематографистов и чиновников на действия, сюжеты, стилистику, на форму и содержание, которые ему, КК, представляются оптимальными. ... Что имеем в действительности? Ужас, кошмар, подмену, предательство и как следствие тотальное поражение. Под видом «кинокритиков» в России действуют «ученые» и «писатели». ... Хорошо обученные гуманитарии... озабочены не строительством кинематографии, не кинопроцессом, но индивидуальным письменным дискурсом. Их интересуют гладкость изложения, логическая цепочка, письмо как таковое. ... Наши писатели о кино конкурируют друг с другом. Пишут, чтобы показать друг другу образованность. Бессознательно, но оттого не менее агрессивно, имитируют «научный» дискурс и умничают. Идет соревнование между субъектами письменной университетской культуры, паразитирующими на кинематографе, который эти субъекты зачастую презирают» (Манцов, 2002: 5-6).

В отличие от И. Манцова киновед Д. Комм считал, что для главная аудитория для кинокритики не режиссеры, продюсеры и чиновники, а широкие слои населения, не потерявшие интерес к кинематографу. «Прежнее поколение киноманов и кинолюбников, — писал Д. Комм, — испытывало к критику смешанные чувства зависти и почтения, ведь он был (по их представлениям) допущен в святая святых — ходил на спецпоказы, ездил на зарубежные фестивали, мог лицезреть классиков и даже общаться с ними. ... Для киноманов старшего поколения, черпавших скудные сведения из польских и болгарских журналов, критик был примерно тем же, чем для остальных граждан завмаг, способный вытащить из-под прилавка заботливо припрятанный импортный товар. ... Потом, в начале 90-х, когда к нам хлынул поток иностранного кино, критик оказался еще более востребованным, ведь люди хотели в этом потоке ориентироваться» (Комм, 2005: 15).

Однако, как обоснованно продолжал далее Д. Комм, к началу XXI века в России «сформировался совершенно новый тип киномана. Современные любители кино — это молодые, самостоятельные люди, выросшие в условиях отсутствия дефицита как кино, так и информации о нем, владеющие иностранными языками, едущие за границу, активно пользующиеся возможностями Интернета. Это требовательная, отнюдь не поверхностная публика, уже определившаяся со своими вкусами и пристрастиями и не терпящая глупости в критических текстах. ... И вот для этой молодежи авторитет кинокритики, увы, крайне низок. ... А пока мы сами себя дискредитируем в глазах думающей молодежи, критику активно вытесняют из медийного поля под предлогом, что, дескать, «народу ваши измышления неинтересны». Народу, оказывается, нужно знать только бюджеты фильмов, романы звезд... Может быть, большинству зрителей кинокритика действительно не нужна (хотя это никем не доказано), но даже если так, то сейчас мы теряем и заинтересованное меньшинство — вот что печально» (Комм, 2005: 15-16).

Однако киновед А. Артюх напомнила Д. Комму, что такого рода тенденции характерны не только для России: «Если верить генсекретарю ФИПРЕССИ Клаусу Эдеру, на Западе критика также начинает утрачивать былые позиции в прессе». А в России «дело не в том, что старшее поколение критиков уходит, а младшее не хочет становиться их наследниками. Наследовать по большому счету нечего — дальше структурализма и семиотики наше старшее поколение киноведов не продвинулось. ... Неоформализм, феминизм, queer studies, case-studies, постструктурализм, постмодернизм — все эти вещи вызывают у многих патриархов ужас пополам с ненавистью. ... Плачевное состояние российской критики — лишь зеркало всеобщего разброда и шатания в гуманитарной сфере. Кинокритика всегда питается идеями академического письма. Но когда академическое письмо исчерпывается по преимуществу историческими текстами журнала «Киноведческие записки», то чего мы хотим от критиков? Конечно, наиболее продвинутые представители кинопрессы давно махнули рукой на местный контекст и питают свое вдохновение западными исследованиями. Но таких энтузиастов очень мало. К тому же они часто невостребованы. На аналитику нет серьезных заказов. Разве что о русском кино, на котором, к примеру, пытается выстроить свою культурную стратегию журнал «Сеанс». Но о нашем кино писать пока что скучно, поскольку оно само, за редким исключением, существует вне мирового контекста» (Артюх, 2005: 16-17).

Пессимистические настроения относительно востребованности кинокритики и телекритики отражались и в ряде иных статей (Секретная..., 2008; Стишова, 2005: 27-31; Цыркун, 2005: 77-79 и др.).

Между тем, кинокритик В. Белопольская была убеждена, что те, «кто говорит, что у нас смерть критики, игнорирует тот очевидный факт, что у нас расцвет критики. Когда, при каких еще политических, социальных или технологических обстоятельствах буквально каждый полудурок мог получить трибуну? А сейчас произошло именно это — и потому критика расцвела. У нас столько критики в печатных, электронных и прочих органах, столько аккредитованных на международных фестивалях критиков, столько профессионально ангажированного народу на пресс-показах, столько бойцов невидимого киножурналистского фронта, что не заметить бурного цветения просто невозможно» (Белопольская, 2005: 80).

При этом В. Белопольская подчеркивала, что имела в виду именно кинокритику, а не пиар, не анонсы в разного рода справочно-афишных изданиях, не заметки о кино в гламурных глянцевого изданиях.

Проясняя сложившуюся к началу XXI века ситуацию в кинокритике, В. Белопольская отметила, что «непоправимый психический урон» нанес российской «классической» кинокритике Интернет: «Одни в него неограниченно пишут, другие его неограниченно читают. Так возникают: а) горы критического хлама, тексты, отмеченные космически идиотической самонадеянностью авторов — сайты-то, в отличие от бумажных и эфирных изданий, резиновые и б) неvirtуальная критика, содержащая в себе горы информационного хлама, почерпнутого виртуально. ... Расцветшая критика озабочена только своими позициями и своей позицией в соцреальности» (Белопольская, 2005: 81).

Похожие тенденции отмечались и в ходе дискуссии о роли российской кинокритики в интернет-пространстве (Версия..., 2011: 87-97).

Культуролог М. Давыдова, размышляя о роли «обыденной кинокритики» в социальных медиа, понимала под ней рецензии пользователей Интернета на различные художественные произведения или события. Здесь она доказательно утверждала, что «авторы таких материалов..., как правило, не имеют ни профессионального статуса, ни какой-либо специальной подготовки. Уровень рецензий, если оценивать его с профессиональных позиций, в большинстве случаев оставляет желать лучшего. Тем не менее, подобные тексты достаточно востребованы. ... Новизна этого феномена заключается не в появлении критических текстов, написанных непрофессионалами. Границы профессионального во все времена более или менее размыты. Привлекает сама возможность попробовать себя в роли сочинителя художественного или критического текста. Классический критик-дилетант длительное время не мог пребывать в этой роли. Он либо получал признание со стороны публики и (или) коллег по цеху, либо отказывался от дальнейших экспериментов, либо смирялся с клеймом графомана-неудачника. Тексты нынешней обыденной критики приобретают принципиально иной статус. Из частных творческих опытов, способных в редких случаях перерасти в нечто большее, обыденная критика превращается в самодостаточную и институционально оформленную систему, обеспечивающую воспроизводство и потребление соответствующих текстов» (Давыдова, 2012: 9).

Кинокритик Р. Корнеев во многом был солидарен с М. Давыдовой, отмечая, что приходом массового Интернета в XXI веке «профессиональной кинокритике, остановившейся в своих представлениях о собственном отношении к зрителю-читателю где-то глубоко в 90-х, когда «ты говоришь, а они слушают», был нанесен такой же удар, каким стали торрент-трекеры для кинопрокатчиков. ... И пока дипломированная кинокритика неспешно перебиралась вместе с прочей журналистикой со страниц периодики в виртуальное пространство..., в Сети успело сформироваться многомиллионное киноманское сообщество. ... В настоящее время эта огромная армия, обладающая собственной иерархией, формирующая собственную систему ценностей, сама по себе является активным источником того самого оценочного консенсуса, который раньше был прерогативой исключительно профессиональной среды. ... Доступность видеоносителей и, самое главное, широкополосного Интернета для их доставки за последние несколько лет выпестовала широкий пласт невероятно подкованных зрителей, чья насмотренность, в том числе киноклассики, превосходит все возможности профильных киновузов. ... И уж тем более новому поколению формально непрофессиональных кинокритиков всегда предоставлена шаговая доступность современного кино, от самого экзальтированного артхауса до

телесериалов, еще десяток лет назад вовсе не входивших в сферу интересов профессиональной кинокритики» (Корнеев, 2012: 6-7).

Р. Корнеев метко подметил, что в довольно конфликтном интернет-пространстве «прошедшие адову кузницу отбора из миллионов рядовых киноманов, топовые киоблогеры, в отличие от маститых профи, не просто готовы к этим вызовам, они не представляют себе жизни в менее агрессивной среде. Им прекрасно известно, что современному читателю чужое мнение, каким бы веским оно ни было, интересно исключительно в той мере, в которой оно совпадает с искомым. Для обычного кинозрителя самое верное мнение — его собственное. Искусство преподнести какую-нибудь небанальную мысль так, чтобы другие, прочитав ее, сказали: «Вот! Как я и думал!», для блогера-кинокритика самое главное. Только таким образом можно заработать себе имя и аудиторию. ... Высшее искусство тут — сделать так, чтобы читатели начинали сами переходить на твою сторону. Для этого важно быть весомее, насмотреннее, начитаннее. В конце концов, просто обладать полемическим даром. И совершенно бесполезно жаловаться на засилье непрофессионалов. А на вершине, как всегда, оказываются те, кто в рамках больших интернет-изданий сумел совместить академические знания и способность вести диалог со своей аудиторией. Или, напротив, те представители непрофессионального пишущего сообщества, которые сумели, сохранив лицо, перерасти границы своего «уютного бложика» или сообщества в соцсети. Те, кто сам создал сначала квази-, а потом и полноценные тематические интернет-издания, где имя, как и всегда в Сети, тождественно аудитории» (Корнеев, 2012: 8).

Проблемы документального и научно-популярного кино

О документальном и научно-популярном в теоретическом ключе журнал «Искусство кино» в XXI веке опубликовал очень немного. При этом о научно-популярном кино на уровне теории была опубликована всего одна статья, да и та о творчестве французского кинематографиста Ж. Пенельве (Фоменко, 2014: 113-121).

Обращаясь к российскому документальному кино постсоветских лет киновед Л. Малькова писала, что «фабрика фактов» воплотилась на ТВ во всей полноте вертовского замысла, взяв на себя все хроникальные функции, с которыми в последние годы все больше сливаются функции аналитические. ... Теряя социальную функциональность, кинохроника превращается на наших глазах в стиль экранного мышления, тяготеющего к двум моделям: советского киножурнала, отражающего инерционность массового сознания, и журнала дореволюционного, немного — лаконичного, осознанно обыгрывающего черно-белую дешевую пленку, прибегающего к надписи во избежание дикторского текста. Такой сознательной стилизации подвергали свою кинохронику петербургские документалисты в течение ряда лет, хотя с 1998 года этот стиль не вполне выдержан — жизнь диктует свое. В целом постепенно отечественный киножурнал становится отдельным течением современного документального кино, для которого прямая хроникальность — почти идейно-эстетическое кредо, избавляющее от концептуализации потока жизни и политических выводов» (Малькова, 2001: 96, 99).

Кинокритик С. Сычев доказательно утверждал, что в XXI веке «отсутствие выхода документального кино к зрителю (по ТВ... его показывают не только крайне редко, но и, в основном, ночью) пагубным образом сказывается на состоянии самой отечественной документалистики. Авторы теряют контакт со зрителем, не рассчитывая, что их фильм увидит кто-то, кроме узкого круга профессионалов. ... От хорошего фильма шарахаются телена начальники. Телевизионная документалистика функционирует исключительно по принципу информационно-развлекательной непритязательности: три наиболее распространенных на сегодняшнем ТВ жанра — расследование, портретный фильм и научно-популярная передача — делаются по одним и тем же шаблонам без всякого намека на художественность» (Сычев, 2008: 75).

Между тем, по мысли С. Сычева, «без успешного кинопроката, кажется, ничто не может заставить зрителя и телевидение изменить свое отношение к неигровому кино. ... Новым этапом проката неигрового кино может стать цифровая дистрибуция — система распространения копий фильма по кинотеатрам не на пленке, а на любом цифровом носителе, когда не нужно тратиться на печать пленочных копий фильма, что было одним из существенных препятствий для распространения малобюджетного кино. ... Не следует забывать, что во времена перестройки фильмы Подниекса, Голдовской, Учителя,

Говорухина собирали в кинозалы гораздо больше зрителей, чем многие игровые картины. Не следует также забывать о Вертове... Возможно, мы находимся на стадии серьезного тектонического сдвига для неигрового кино в России, и теперь очень важно сделать так, чтобы прежняя тревога не оказалась ложной» (Сычев, 2008: 79).

Увы, время показало, что надежды С. Сычева ничуть не оправдались: документальное кино в России так и не сумело прижиться в кинозалах, а на телевидении оно по-прежнему показывается в основном в перечисленных выше кинокритиком форматах. Разумеется, немало документальных фильмов показывается по каналу «Культура», однако его рейтинг по отношению к ведущим телеканалам РФ весьма низок, а его аудитория не превышает 2%-3% от общего числа телевизионных зрителей.

В целом же по отношению к документальному кино позиция журнала «Искусство кино» была весьма политизированной, особенно после украинских событий 2014 года.

Отсюда неудивительно, что в 2017 году журнал опубликовал статью ангажированного украинского кинокритика Д. Десятерика «Между вымыслом и окопом. Украинская документалистика после майдана» (Десятерик, 2017: 24-35), где тот, будучи полностью на стороне киевского «майдана» 2014 года, писал, что «революция – эффективный и эффективный опыт совместного массового проживания, если под эффектом подразумевать не только свержение власти, но и изменения в коллективном сознании. Соответственно, украинские документалисты не возвращают себе язык – они не без риска впадения в публицистику осваивают его вновь. ... Для украинского кино Майдан и АТО остаются важнейшими генераторами сюжетов и героев» (Десятерик, 2017: 25, 29).

Проблемы анимации

Теоретическим аспектам анимационного кинематографа в журнале «Искусство кино» XXI века было посвящено несколько больше публикаций.

В 2001-2003 годах из номера в номер журнал «Искусство кино» публиковал главы из книги классика отечественной анимации Ю. Норштейна, где он, в частности, писал о том, что «сочиняя новый фильм, режиссер должен предполагать практическую съемку. Новый фильм – новая эстетика, то есть чувственное пространство. Эстетическая магия может стать интригой, как и само действие. Новая эстетика – не способ рисования. Она – новое поведение изображения в действии, сопряженное с новыми психологическими задачами. Каждая подробность персонажа берет свое начало в пространстве кадра» (Норштейн, 2003: 127).

Киновед Н. Спутницкая писала о ранней советской анимации (Спутницкая, 2021: 92-99), о российской коммерческой анимации и мульт-блокбастерах (Спутницкая, 2017: 34-43; 2018: 193-202). При этом она отмечала, что двадцать первом столетии «тотальная переделка русских сказочных сюжетов и советских раритетов в зрительском ура-патриотическом анимационном кино сопоставима сегодня лишь с упорством постановщиков, перечерчивающих прошлое, не всегда славное, но вполне достойное, по скудным лекалам настоящего» (Спутницкая, 2018: 202).

А размышляя о российской интернет-анимации, Н. Спутницкая была убеждена, что «если вернуться к идее национальной идентичности, то аналоги русскоязычной web-анимации можно обнаружить в древнерусских лицевых сборниках и лубочных картинках. Все, что советует реклама, внедряет кинематографический мейнстрим, все массовое – объект для глумления, деконструкции, которой блогосфера предается с видимым наслаждением, встречая горячее сочувствие зрителей. А что такого? В конце концов, чем идеология постмодерна (а блогосфера – это постмодерн в чистом виде) хуже правильных форм российского демократического реализма – от рекламы до новостей?» (Спутницкая, 2018: 258).

В своей теоретической статье «3D – и смотри. Полнометражная анимация: от Диснея до новых времен» киновед Н. Кривуля, на наш взгляд, весьма обоснованно отмечала, что «цифровые технологии... вывели анимацию на иной уровень, существенно видоизменили ее. Сегодня в ней – нередко в ущерб художественной выразительности – преобладает визуальный аттракцион. ... Стремясь удивлять зрителя снова и снова, создатели фильмов делают ставку на техническое совершенствование и разработку нового программного обеспечения. Преодолев короткометражный формат и освоившись в области полнометражной анимации, компьютерные технологии определяют новую стилистику и устанавливают новые художественные критерии. Фильмы перестали быть просто детскими

сказками, теперь это зрелище, одновременно интересное и детям, и взрослым. При этом их содержание лишено прежней назидательности, а сюжет построен в разных плоскостях: в нем есть и то, что понятно простому зрителю, и то, что может привлечь «продвинутого» киномана. Среди излюбленных приемов, наполняющих драматургическую схему, — киноцитаты и пародирование знаменитых фильмов, культовых киногероев и известных мотивов классического и современного кино. Нередко во внешне незамысловатый и, казалось бы, традиционный сюжет включаются эпизоды, где обыгрываются актуальные темы из области современной политики, массовой культуры, национально-расовых проблем, взаимоотношений с властью. И это опять-таки не проходит мимо внимания взрослых зрителей. В итоге анимационное кино расширяет свою аудиторию, становясь продуктом массового потребления» (Кривуля, 2008: 69).

Также обращаясь к феномену полнометражной анимации, завоевавшей в XXI веке массовую аудиторию, кинокритик Л. Малюкова обращала внимание читателей журнала на то, что «ощущение исчерпанности идей и приемов вынуждает кинематографистов больше не смотреть на анимацию как на младшую сестру (тем более что она значительно старше). Искусство одушевления рассматривается теперь Вдумчивыми киноавторами как алхимическая лаборатория, в которой творится, заново складывается по молекулам вещество киноэстетики. Кинематограф, в русле общего движения искусств, вливается в поток небывалой синкретизации» (Малюкова, 2009: 83).

В 2021 году Л. Малюкова обратилась к еще одному аудиовизуальному феномену XXI века: анимадоку: «Еще недавно у многих авторов и художников было высокомерное отношение к документальной анимации. А она завоевывает новые эстетические и смысловые пространства. ... Она манит возможностью расширения и пресуперации границ между жизнью и искусством. Проникновением в душевные вибрации, заряженные током действительности. Реальность, исчезающая в переизобретенной документальности, превращается, как точно подметил Бодрийяр, в нечто другое, хотя и видимое. Попадая в спираль умножения (авторский взгляд + отбор камеры + монтаж + голос + способ выражения, киноязык), физический мир, персонаж с его переживаниями транспонируются в постпамять, протаскиваются через угольное ушко суггестивного, образного. Анимадок – вайб. Еще один способ свидетельства. Попытка пробиться к тонким настройкам, мерцающим подробностям, рассмотреть скрытое, непрозрачное. Грандиозная лаборатория искусства для поиска, обнаружения себя в стоге сена глобального мира с его белым шумом» (Малюкова, 2021: 253).

А две объемных теоретических статьи журнала «Искусства искусства» были посвящены весьма популярной российской комедийно-сатирической серии флеш-мультфильмов О. Куваева под названием «Масяня».

Д. Голышко-Вольфсон (1969-2023) писал, что для миллионов зрителей «Масяня» предстала трогательно беззащитным и самоуверенным сексуальным фетишем. ... Отчего именно Масяня, а не прочая «чертовня и нечисть» из флэш-мультов обзавелась ореолом гиперпопулярности? Чему подчиняется телеология славы? Чем управляются механизмы селекции и отбора в рейтинговые топ-десятки? Множественные социоэкономические концепции пиар-раскрутки вряд ли помогут разобраться с «казусом Масяни» — здесь мы, скорее всего, имеем дело не с математически выверенным, а с бессознательно импульсивным. ... Всеобщая «обласканность» компьютерных комиксов о похождениях «дрянной девчонки» мотивируется тем, что они как бы ненароком разрешают юзерам заглянуть в Реальное и моментально отпрянуть от открывшейся им безотрадной перспективы. Перспективы (и здесь обнаруживается важный ключик, ноу-хау, для интерпретации публичного признания Масяни) тотальной внутренней неудачи современного человека, не амортизированной, а, наоборот, усугубленной его социальным обустройством, комфортным интерьером благополучия и защищенности» (Голышко-Вольфсон, 2002: 98-99).

Далее Д. Голышко-Вольфсон обращал внимание, что «мульти о Масяне, использующие различные пласты и клише городского фольклора, анекдоты и байки кухонной интеллигенции или хохмы и прибаутки аполитичного люмпена, вряд ли предполагают просчитанную целевую аудиторию. Мультипликационный сериал о Масяне (в отличие от «мыльных опер») будто сознательно уклоняется от выбора однозначной target group; Масяня обласкана и пригрета всеми, от мала до велика. Взрослыми скептиками она

чествуется, несмотря на (или, наоборот, за) ее инфантильную несурзность, а дети прощают ей чуть скабрёзную, циничную разнузданность. Всенародность и массовость Масыни может посоперничать с визуальным жанром *hard porno*, который пользуется спросом полярных и калейдоскопичных потребительских групп, потрафляет вкусам и придирчивых университетских интеллектуалов, и бизнесменов, и вульгарных буфетчиков, и обитателей рабочих окраин. Такая неожиданная параллель неувидительна: порнография в современном медиапространстве указывает на трагическую невозможность вменяемой передачи эмоционально-телесного опыта секса и в конечном итоге на необратимую внутреннюю неудачу, заведомый кризис любви в унифицирующих условиях рыночной экономики» (Голышко-Вольфсон, 2002: 100).

Раскрывая далее образ персонажа по имени Масыня, Д. Голышко-Вольфсон отмечал, что она «предстает тривиальным для делового постиндустриального мегаполиса типом женщины-яппи, продвинутой и одновременно фрустрированной, претендующей на независимость и остающейся фишкой в забавах мультиплицированного мужского фантазма. ... Масыня, конечно же, не столь опасна и деструктивна, как вампир. Будучи своенравной и брыкливой девчонкой, она как будто сигнализирует, что виртуальное — уже не «мертвая зона» неведомого, оно уже надежно обосновалось и одомашнилось в каждом из нас» (Голышко-Вольфсон, 2002: 101, 103).

Е. Петровская писала, что «Масыня благополучно живет в своей родной стихии, не рассчитывая на экспансию в другие СМИ. Но даже при такой природной скромности её существование наделено обязывающим смыслом: созданная несколькими беглыми штрихами, (анти)героиня возведена в разряд носительницы новой национальной идеи. (Именно так ее интерпретирует один из журналистов Интернета.) ... Масыня действительно застаёт нас врасплох, захватывая наши эмоции и в то же время определяя их дальнейшее развитие. Она — как феномен массовой культуры ... Чем больше понимания, тем выше градус эмоций. ... Мы полюбили Масыню за то, что частица Масыни есть в каждом. Что, несмотря на ее развязную манеру говорить и откровенно дурные привычки, она — добрая, хорошая, ранимая. ... сквозь эту иронию проглядывает искренность... Нигде не спрятанная, она, напротив, явственно и даже вызывающе поверхностна, что может только обнадеживать, поскольку «новая» искренность в равной мере открыта для всех. Это и есть обозначение коллектива как самой открытости (в противовес сектантству) или содружество, не наделенное ни сущностью, ни образом конечной цели, а если воспользоваться известной метафорой, содружество праздных — не озабоченных конвенцией — людей. Масскульт наиболее чуток к подобным невидимым пульсациям. Он всегда имеет дело с формой в становлении, и форма эта в изначальном смысле социальна» (Петровская, 2002: 93-94, 97).

Медиасоциология

Социолог Д. Дондурей (1947-2017) стал главным редактором журнала «Искусство кино» во второй половине 1993 года, и с его приходом количество статей по теме кино/телесоциологии существенно возросло. Однако пик медиасоциологических материалов в журнале наступил в первые два десятилетия XXI века.

При этом автором многих медиасоциологических статей был сам Д. Дондурей.

Проблемы кинопроизводства и кинопроката

В 2001 году Д. Дондурей отметил, что «экономический кризис августа 1998 года положительно сказался на развитии российского кинопроката. За последние два года открыто около восьмидесяти современных переоборудованных залов, которые дают в семь-восемь раз больше денег, чем остальные тысяча пятьсот. ... Острейшая проблема в другом. В России уже несколько лет снимаются фильмы исключительно для телевидения, а не для кинотеатров. Они абсолютно неконкурентоспособны по сравнению с качественной и теперь доступной зарубежной продукцией. Наши фильмы депрессивные. Ностальгические. Сожалеющие о безвозвратно ушедших временах. Снятые в стилистике 70—80-х годов, они рассчитаны на людей старших поколений, деклассированную интеллигенцию, на тех, кто не сумел вписаться в новый контекст российской жизни. Но все эти люди в современные кинотеатры не хотят, да и не имеют материальной возможности это делать» (Дондурей, 2001: 20-21).

Однако, продолжал далее Д. Дондурей, «при этом новым зрителям — тем, кто раскупает дорогие билеты в Dolby-кинотеатры, — не предлагаются отечественные картины, которые они могли бы маркировать, как свои, с героями которых могли бы

идентифицироваться, то есть фильмы, соответствующие тому образу страны, который каждые десять минут транслируется с телеэкрана с помощью рекламы. Так получилось, что кинематографисты, занимающиеся клипами, рассказывают об одной России, а кинематографисты, снимающие игровые фильмы, — о принципиально другой. ... старые продюсерские представления, согласно которым основные средства в кино возвращаются от бывших советских людей — «новых бедных», придется оставить в прошлом. Молодые состоятельные люди не помнят прежних звезд, не узнают знаменитых народных артистов. При этом впервые за десять лет молодые готовы активно ходить в кинотеатры и, в отличие от «новых бедных», оплачивать новое российское кино. Драма как раз и состоит в том, что у нас не производятся фильмы для этой социальной категории» (Дондурей, 2001: 22).

Спустя десять лет Д. Дондурей перечислил позитивные перемены, произошедшие в российском кинопрокате и в кинематографе в целом: произошел существенный рост общего бокс-офиса кинотеатров; ежегодно стало появляться шесть-семь коммерческих картин, которые давали три четверти сборов от кинотеатрального показа отечественных лент; ежегодно выходит и шесть-семь заметных авторских (некоммерческих) фильмов, которые попадают в программы международных кинофестивалей.

Однако при всем том российские продюсеры (с помощью финансовой поддержки государства) научились зарабатывать в процессе производства и в целом обходиться без кинотеатрального проката, что позволяет снимать большое количество «фильмов без зрителей» (Дондурей, 2011). Таким образом, Д. Дондурей резонно считал, что производство российских картин полностью оторвано, практически не связано с потреблением (Дондурей, 2011: 7).

Регулярно отслеживая ситуацию в кинопрокате и далее, Д. Дондурей в 2013 году писал, что с 2004 число экранов увеличилось в России в 3,6 раза и составило в 2012 году более трех тысяч, а по коммерческим сборам страна вышла на четвертое место в Европе. «При этом, занимая три часа сорок минут из пяти вечерних часов прайм-тайма, российские сериалы давно вытеснили из него не только современное отечественное кино и обожаемое (не только начальством) советское, не только европейские и латиноамериканские сериалы, они замахнулись на «святая святых» и вот-вот вытолкнут из значимого эфира фильмы Голливуда!» (Дондурей, 2013: 6-9).

Вместе с тем, эксперт в области кинопроката О. Березин отмечал, что, несмотря на рост числа кинотеатров, в 2014-2015 годах наблюдалась стагнация кинопосещаемости на 96% уже цифровых коммерческих кинотеатров (Березин, 2015: 110-111).

В 2016 году О. Березин на основе анализа статистических данных утверждал, что система государственной поддержки производства фильмов в России стала в последние годы токсичной для отрасли: «финансирование лишь конечного результата — производства фильмов — практически парализовало ее совершенствование в целом. Нет настоящего развития ни науки, ни образования, ни профильных СМИ, ни системных институтов отрасли — качественной, нерекламной кинокритики, многопрофильной аналитики, социологических исследований и т.д. Современная модель поддержки кинопроизводства не стимулирует развития национальной инфраструктуры» (Березин, 2016: 24).

Критику недостатков функционирования российского кинопроизводства и кинопроката О. Березин продолжил и в 2018 году, обращая внимание читателей журнала, что деятельность Министерства культуры «сводится в киноотрасли лишь к контрольно-надзорному и регулятивному процессу, к реализации экономической функции в интересах узкого круга производителей кинофильмов, обеспечивающей конверсию безвозмездной государственной финансовой поддержки кинопроизводства в доходы госпродюсеров и ведущей практически к стерилизации рынка кинотеатрального проката на фоне развития других способов потребления фильмов» (Березин, 2018: 41).

Вместе с тем О. Березин отметил и взрывной рост объемов и проектов собственного кинопроизводства отечественных онлайн-платформ, которые «не только усилят конкуренцию традиционных или, как теперь приходится иногда говорить, офлайн-кинотеатров, за зрителя, но и оттянут на себя существенную часть творческого потенциала отрасли, лишая тем самым кинотеатры и так небольшого количества качественных, содержательных, снятых именно для кинотеатров фильмов» (Березин, 2019: 31).

В 2020 году О. Березин писал, что ситуация, сочетающая экономический и социальный кризис с влиянием пандемии и карантинных мер, пагубным образом отразилась на

функционировании кинотеатров, тем более, что российские фильмы, как правило, не могут привлечь к себе внимание массовой аудитории (Березин, 2020: 232-242).

Как показали дальнейшие события, О. Березин не ошибся в своих пессимистических прогнозах: после того, как ключевые голливудские компании весной 2022 года «санкционно» ушли из российского кинопроката, сборы от кинопоказов фактически рухнули, полностью опровергнув ложные уверения российских продюсеров и режиссеров в том, что массовому успеху созданных ими фильмов в кинозалах мешает только конкуренция американских блокбастеров.

Проблемы телевидения

В 2014 году политолог и журналист В. Третьяков попытался на страницах журнала «Искусство кино» попытаться дать актуальное определение понятию «телевидение»: «Телевидение — оригинальный и уникальный социально-политический и культурный феномен (явление, институт), ... (1) обладающий свойствами средства массовой информации (СМИ, медиа), (2) но в еще большей степени свойствами массовой культуры, (3) выполняющий функции управления обществом и в этом смысле конкурирующий с другими традиционными механизмами управления, а также (4) функцию нового постмодернистского построения человеческой цивилизации, по крайней мере, как культуры на основе (5) максимальной визуализации и виртуализации как (6) реальных событий и фактов, так и (7) спекулятивно создаваемых или невольно возникающих телеобразов — фантомов, симулякров, химер и мифов, (8) обладающий всеми свойствами неоязыческого культа. ... Таким образом, получаемый аудиторией контент — сумма смыслов, образов и связей между теми и другими, а также форм их представления — отличается от реальной жизни ровно настолько, насколько телевизионное виртуальное за пределами естественных человеческих ошибок, иллюзий и фантазий заполнено (с вытеснением соответствующей реальности или даже в соседстве с нею) телевизионной мифологией — суммой телеобразов» (Третьяков, 2014: 126-128).

Любопытно, что многие теоретические статьи, посвященные социологии телевидения, опубликованные на страницах журнала «Искусство кино» в XXI веке, во многом подтверждают правоту этого определения.

Политолог А. Храмчихин писал, что если на советском телевидении все у нас было хорошо, то на российском ТВ 1990-х все стало плохо: «лозунг «хорошая новость — не новость» стал девизом отечественного информационного и аналитического вещания. История не знает аналогов такой тотальной информационной войны, которую вело телевидение против процессов обновления жизни своего народа. Создание отечественными СМИ атмосферы национальной катастрофы и чувства полной безысходности нанесли обществу колоссальный моральный и материальный ущерб. Вывоз капитала, утечка мозгов, падение рождаемости, наркомания и алкоголизм порождены не только реальными трудностями переходного периода и разного рода объективными факторами, но и создаваемой телевидением и газетами обстановкой конца света. Российская власть сверху донизу была безнадежно дискредитирована в глазах населения, причем в наибольшей степени — именно те её представители, которые больше всего сделали для страны. Наши СМИ сумели сформировать не только образ незаконной и неполноценной власти (первой в отечественной истории всенародно избранной), но и самой России. Усилиями журналистов и политтехнологов обществу был навязан стереотип (в значительной степени — ложный), что на любых выборах можно провести любого кандидата, а от избирателя ничего не зависит. И «демократы», и «патриоты» объяснили населению, что все нынешние богатые — воры, а все честные — нищие, что у нас 80—90 процентов населения живет в полной нищете, а 10 процентов «купается в роскоши» (Храмчихин, 2003: 18).

А. Храмчихин отметил и еще одну российскую медийную тенденцию 1990-х: «заказные материалы политического и экономического характера стали настолько распространенным и обыденным явлением, что значительная часть читателей и зрителей до сих пор уверены в том, что объективных информационных и аналитических материалов в отечественных СМИ вообще нет. Почти все статьи и передачи кем-нибудь заказаны. Кроме самодискредитации, это стало одним из факторов утраты журналистами только что приобретенной свободы. Одна часть СМИ попала в зависимость от властей, не только от федеральных, но и от региональных и местных, другая — от разного рода финансовых и промышленных групп, от отдельных крупных предпринимателей. Они, в свою очередь, стали использовать

подконтрольные издания и каналы в своих политических целях. Информационные войны второй половины 90-х нанесли стране колоссальный моральный и экономический ущерб. Таким образом, свободные СМИ сами сделали максимум возможного, для того чтобы уменьшить степень свободы» (Храмчихин, 2003: 19).

В своей статье 2006 года Д. Юрьев напомнил читателям журнала, что «разоружение» российских медиаолигархов на рубеже XXI было «не способом борьбы с демократией, а вопросом самосохранения общества, вопросом выхода из кризиса, угрожающего непредсказуемыми и неограниченными по своим последствиям медиатрясениями, чреватый социально-политическим крахом. Губительный характер медиакратии ощущался тогда не только в элитах, но и в обществе — именно поэтому ни «гусинское НТВ», ни «березовское ТВ-6» не вызвали реального сочувствия и поддержки за пределами так называемой «либеральной шизы» (Юрьев, 2006: 81).

В результате, как подчеркивал Д. Юрьев, «часть информационного планирования, которая связана с политической составляющей вещания, оказалась прямо и жестко противопоставлена информационной работе медиасообщества, на глазах превращающейся во все более консолидированную антиправительственную пропаганду. При этом политизированная часть аудитории разделилась на либеральное меньшинство, фактически игнорирующее позицию и оценки «государственных» телеканалов, и политизированное «лоялистское» меньшинство, всерьез, осмысленно воспринимающее телеагитки про шпионские бульжники. Есть все основания предполагать, что по самым смелым и завышенным оценкам все они вместе — и фронтеры, и лоялисты — это не более чем 10 процентов аудитории. ... Нынешние идеологи «телевидеографии», естественно, защищают свою экономическую свободу, и, вместо того чтобы создать систему с нормальной обратной связью, они ее, эту связь, попросту разорвали. А «экономическую свободу» воспринимают как санкцию на ту же самую моральную безответственность. Только речь теперь идет не об информационно-политической сфере, а о культурно-развлекательной, эмоционально-психологической, в конечном счете — о моральной. По принципу экономии мышления и творческих усилий максимальный прирост рейтинга достается за счет наиболее грубых, примитивных приманок» (Юрьев, 2006: 81-83).

Однако при всем том, утверждал Д. Юрьев, «и государственная цензура, и недобросовестные информационные войны олигархов не так страшны и опасны, как переход процесса форматирования действительности через телевизор к хаосу, к самоуправству самого низменного и убогого в коллективном сознании масс. Хаос лишен целеполагания, и в этом смысле кажется менее опасным, чем злонамеренные олигархи, но он способен лишить способностей к целеполаганию всех остальных — от первого до стосорокамиллионного. И тогда все достижения борцов с медиакратией будут обесмыслены, а бездонная воронка затянет страну в пустоту, в безбудущность, в непоправимое «никогда» (Юрьев, 2006: 85).

Социолог А. Ослон напоминал читателям, что «психология масс хорошо известна уже более ста лет, а медиа, движимые идеей рейтинга, существенно ее усовершенствовали. Сенсация, скандал, тайна, разоблачение, анекдот, трюк, драка, война, преступление, вульгарность, непристойность — вот малая толика того, что издавна используется как способы развлечения толпы. Они существовали и будут существовать всегда, так как каждый человек в какие-то моменты своей жизни испытывает потребность отдохнуть, отвлечься, расслабиться, что-то компенсировать. В этом нет ничего постыдного» (Ослон, 2003: 10).

Многие из перечисленных выше составляющих лежат в основе ежедневных выпусков теленовостей, базовыми характеристиками которых становятся не «объективность и беспристрастность», а актуальность, «срочность», сенсационность, «эксклюзивность», «разоблачительность», тревожность, иллюзия уникальности и объективности (Ослон, 2003: 27-29).

Таким образом, по мнению А. Ослона «новости конструируют фактоиды — факты, впервые возникшие не в реальности, а в новостях. Фактоиды присутствуют в новостях так, как будто они часть реальности. ... Новости обслуживают современность и навязывают современность через калейдоскоп картинок, превращающих реципиента в пилигрима, путешествующего по релятивному миру. В таком мире нет устойчивых смысловых систем, а есть только временные конвенции, что считать сегодня белым — черным, хорошим — плохим, добрым — злым. Вчера могло быть иначе, завтра может стать иначе. Новости

возводят в абсолют временность, изменчивость, условность и эфемерность мира. ... Новости и реклама — разновидности одного жанра произвольного показа мира. Отличие состоит в том, что реклама ставит своей целью заглушить тревогу реципиента, а новости, по сути, стараются тревогу усилить» (Ослон, 2003: 30-31).

Продолжая разговор о новостном феномене, продюсер и киновед А. Прохоров (1948-2020) писал, что «под видом новостей ТВ транслирует другой продукт — новостное шоу, не нужное или полезное человеку, а интересное ему как телезрителю. ... Так современное телевидение создает феномен новостного тоталитаризма — тотального навязывания зрителю новостного взгляда на мир как новостной поток» (Прохоров, 2004: 14).

Социолог Г. Любарский считал, что «медиа в первую очередь интересуется усиление передаваемого воздействия, а не его содержание, последствия, роль. Они становятся своего рода катализатором, разгоняющим самые различные процессы в обществе до критического предела. ... В результате вместо доверия, столь необходимого в современном мире в качестве основы социальных взаимодействий, массмедиа создают специфический интеллектуальный продукт, который позволяет людям жить в этой истонченной социальной ткани, не замечая разверзающихся прорех. СМИ с немалым мастерством рисуют иллюзию на фоне иллюзии, так что иллюзорность рисунка новостей может увидеть всякий желающий, а разглядеть иллюзорность фона становится крайне трудно» (Любарский, 2003: 22, 26).

Киновед В. Фомин в своих теоретических статьях анализировал фольклорные составляющие телевизионных передач, напоминая, что «фольклорная эстетика избегает прямого бытового правдоподобия, прямолинейного копирования реальности. ... Любая жизненная ситуация, вполне обыденная коллизия, человеческая фигура, уж коль скоро они попали в орбиту фольклорной музыки, неузнаваемо расцветиваются, обостряются и трансформируются в нечто подчас почти неузнаваемое. ... Главный козырь народной эстетики — безусловная победа добра, неперемное торжество светлого начала, восстановление нарушенной гармонии жизни. Народная художественная культура не избегала печальных, подчас жутких реалий действительности. Но стихия печального, страшного, трагического должна была быть непременно укрощена и преодолена» (Фомин, 2001: 95).

В частности, В. Фомин считал, что в России «фольклоризация телевидения сказывается не только на телепрограммах, составляющих сетку главных каналов, но и на ... отечественных телесериалах. Если хотя бы чуть-чуть поскоблить все еще продолжающихся плодиться на всех телеканалах «ментов» и «агентов национальной безопасности», то совсем нетрудно будет обнаружить ... до боли знакомых фольклорных придурков из народных сказок... Фольклоризация телевидения сказывается и на сугубо языковой его сфере. Телевизионные тексты просто захлестывает стихия языкового «просторечия», жаргона всех мастей, включая блатную феню. ... Фольклоризация телевидения осуществляется не по любви, а поболее чем корыстному расчету. Предел всех мечтаний угодить его величеству рейтингу. Ради повышения оно можно пойти решительно на все. Вплоть до того, что и опуститься до фольклорной культуры, которая всегда умела отвечать массовому вкусу. Но именно опуститься, снизить — потому как нынешним телевизионным «народникам» фольклорная культура скорее всего представляется царством примитива, чем-то таким абсолютно кондовым, непрошибаемо дубово упрощенным. По-видимому, столь же «демократичны» и представления о массовом зрительском вкусе — чем проще, вульгарнее, пошлее составлен рецепт телепойла, тем шибче и громче успех. И ужас в том, что в качестве проводника к этой цели избирается фольклор, воспринимаемый как высшее выражение упрощенчества и художественного дебилизма» (Фомин, 2001: 98-99).

Социолог В. Зверева настаивала на том, что новости на российском телевидении XXI века построены по принципам и структуре сериала: они «должны быть выражены на особом языке. Им необходимо быть интересными, динамичными, ограниченными по продолжительности, простыми по форме. Нужно, чтобы они были адресованы разным зрителям и предлагали каждому нечто свое. И чтобы в то же время могли восприниматься в фоновом режиме, давали человеку возможность не напрягаться у телеэкрана. ... В новостном сериале есть постоянный круг героев (официальные лица государства, медиазвезды) и набор сменных персонажей на одну серию. В нем есть часто воспроизводимые виды событий («официальная встреча на высшем уровне», «столкновения воюющих сторон», «доклад министра президенту», «катастрофа», «событие культурной жизни» и т.п.), которые

требуют от зрителей воспроизводства одних и тех же чувств. Информационный сериал рассчитан на знание зрителя о правилах игры, возможном развитии определенного типа сюжета. Человек, включив информационную программу, как правило, приобретает гарантию постоянства мира, преемственности вчерашнего и сегодняшнего дня. По сравнению с обычным сериалом зритель получает то же подтверждение упорядоченности, размеренности и терапевтической тривиальности жизни, но произведенное здесь на более высоком уровне, поскольку создатели исходят не от вымысла, а от «реальности». В каждом выпуске-серии рассказываются истории, связанные с такими жанрами, как детектив, боевик, криминальная драма, мелодрама или комедия, с их клише, типажам, образами, способами организации нарратива и типовыми оценками» (Зверева, 2008: 148-149).

В. Зверева справедливо отмечала, что «как в произведении массовой культуры, в тексте программ ясно определены роли героев и злодеев, «хороших» и «плохих» парней; истории часто сопровождает мораль, подтверждающая истины «торжества добра» или «восстановления справедливости». Но при этом в устойчивых формулах воспроизводятся актуальные идеологии: идеологические послания выдаются за нечто естественное благодаря помещению в само собой разумеющуюся для потребителя массовой культуры форму» (Зверева, 2008: 150).

Обращаясь к одной из самых «горячих» тем российского телевидения – криминальной – С. Грушевский, что к 2016 году особенно отчетливо «стало доминирование российских криминальных сериалов, которые занимают 14 процентов всего телевизионного времени. Позади остались выпуски новостей (11 процентов телеэфира), ток-шоу про личные отношения (8 процентов), отечественные комедийные сериалы и утренние программы (по 7 процентов)» (Грушевский, 2016: 18). Таким образом, «получается, что выход за рамки привычных норм поведения, к которому мы относимся со страхом и стараемся обходить стороной в жизни (многие ли согласились быть понятыми или присяжными на суде перед убийцей?), оказывается притягательным в виде вымышленной истории. Впрочем, есть и еще одно объяснение. Зритель уверен: в последние пять минут перед титрами сериала почти наверняка восторжествуют добро и справедливость, зло будет наказано. Чего не скажешь о событиях по эту сторону экрана» (Грушевский, 2016: 20).

В рамках описанного выше контекста Д. Дондурей подчеркивал, что медиасобственники и медианачальники лукавят, когда «единодушно утверждают, что они не влияют на экономику, не выигрывают выборы, не управляют страной. Они лишь посредники между жизнью... и жизнью. И это при том, что в последнее десятилетие завершается великая виртуальная революция, в результате которой обе реальности — эмпирическая, в которой мы движемся, дышим, действуем, живем, и телевизионная, отредактированная, придуманная и показанная нам с экрана, — окончательно «схлопнулись», в психологическом плане практически совместились и телевизионная теперь воспринимается, переживается, предопределяет наши реакции совсем как «настоящая», «всамделишная» (Дондурей, 2004: 18).

В своих статьях Д. Дондурей не устал доказывать, что именно ТВ контролирует «сознание практически всего населения страны через важнейший инструмент — формирование «повестки дня»: выбор того, что важно, что нет, о чем говорим, о чем умалчиваем, как оцениваем» (Дондурей, 2004: 20).

В ходе многолетних исследований теории и практики постсоветского телевидения Д. Дондурею удалось выделить основные стереотипы, в значительной мере организующих телевизионное — а значит, и жизненное — пространство: 1) медиа и интеллигенция в целом должны противостоять власти; 2) несмотря на распространяемый в последние годы культ державности и патриотизма, подавляющее большинство телеперсон сомневается в шансах этого предприятия на успех, предлагается своего рода ценностная ловушка: гордиться своей страной и не верить одновременно; 3) в России нет осмысленной и четко выраженной модели будущего (Дондурей, 2004: 20-21).

Д. Дондурей также обращал внимание читателей журнала на то, что большинство медийных исследований «при изучении не только аудитории телеканалов, но и различных сторон производства, а также самой продукции (включая ее качественные характеристики) ограничивают свой подход практически одним медиаизмерителем — рейтинговыми показателями. Исследователи базируются на том убеждении, что самым фактом фиксации включенного телевизора человек всегда активно вовлечен в происходящее на экране. ... И

уж совсем никогда не принимается во внимание такая «мелочь», как оценка увиденного. Так рейтинг, официально вроде бы признанный всего лишь средством измерения медиа-аудитории, по сути, стал главной оценочной процедурой, а вследствие этого основным и практически единственным ориентиром производства отечественного телеконтента» (Дондурей, 2007: 126).

Д. Дондурей резонно полагал, что «самое опасное — и самое главное — следствие тотальной власти этой философии состоит в том, что на протяжении последних лет в нашей стране сформировалась методология использования — в процессе программирования — механизма так называемой «понижающей селекции». Суть ее в следующем. Значительно легче привлекать зрителей, работая на давно обнаруженных психологами древнейших конструкциях нашей ориентации в реальности — сексуальных влечениях, переживании возможного насилия, ожидании смерти, чувствах неизвестности, опасности, неизбежности, подавленности» (Дондурей, 2007: 126-127). Вот почему телепередач с гуманистическими ценностями на российском ТВ значительно меньше тех, что концентрируются на демонстрации разного рода видов насилия, скандальных историй и сенсационных подробностей частной жизни знаменитостей.

По мнению Д. Дондурей, контент-анализ сюжетов высокорейтинговых телеформатов позволяет вычленив следующую систему транслируемых федеральными телеканалами содержательных установок на восприятие телепродукта:

1. «Мир вокруг тебя очень опасен, агрессивен, непредсказуем. Человек тотально окружен враждебным пространством.

2. Ты потенциально подвержен всегда неожиданным ударам судьбы, которых ты, конечно же, вовсе не заслуживаешь.

3. В сущности, на протяжении всей жизни — от детства до смерти, при любой заботе родителей, друзей и государства — ты в этом мире ни от чего вредного, плохого и оскорбительного вовсе не застрахован и не защищен.

4. Всегда несправедливые, в большинстве случаев ничем не обусловленные, злокозненные или непредвиденные обстоятельства способны отнять у тебя все: здоровье, средства к существованию, родных, личное достоинство, надежды.

5. Ты, зритель, часто забываешь, что вокруг тебя очень много разного рода негодяев, неприятных событий, необъяснимых проявлений человеческого неблагородства — предательств, ужасных помыслов и поступков, низости, цинизма. Мы излечим тебя от уязвимо-романтического прекраснотушия.

6. Все люди, включая самых знаменитых и блестящих, обладающих властью и успехом — правители, звезды, гении, герои, — подвержены абсолютно тем же напастям, что и ты, рядовой человек. Они мучаются, страдают и несчастны точно так же, как и ты, только, пока мы не покажем их на экране, — это неизвестно.

7. Жизнь полна тщательно и лицемерно скрываемых от общественности сведений о разного рода патологиях, извращениях, жестоких обстоятельствах, скрытых пороках очень известных и обыкновенных людей. А вот когда это — тщательно скрываемое — мы ярко, со всей мощью инсценировок представим на телеэкране, мы поможем тебе успокоиться, осознать, что ты не одинок в своих несчастьях. И тем самым честно подготовим к возможным напастям, к будущим ударам судьбы.

8. Ты, зритель, всегда знал, что мир довольно неправильно устроен, был таковым до тебя и будет после — поэтому лови мгновение, живи сегодняшним днем, думай о себе. А в социальном или политическом плане о тебе лучше позаботятся другие.

9. Не надо стесняться смотреть на представленные в эфире аморальные действия других людей, особенно знаменитостей, и связанные с этим ситуации. Не надо отказывать себе, признаемся, в мазохистском удовольствии интересоваться (и даже любоваться) чужими проступками.

10. Любая сфера приватной жизни, самый заурядный эпизод могут стать материалом, способным вызвать колоссальный интерес массового зрителя. Надо только суметь выудить, вытащить из них зерно потенциальной привлекательности» (Дондурей, 2007: 128-129).

Д. Дондурей был убежден, что «модель понижения смыслов ради упрощения их понимания, а, следовательно, увеличения аудитории действует в нашей стране столь тотально, долго и безотказно, что постепенно человек начинает привыкать к ее содержанию.

Не реагирует на экстремальность сюжетов. Неосознанно он растворяется в этом ловко скроенном — в соответствии с его собственными архетипами, — усеченном и травмированном мире. Телевидение тут усиливает и закрепляет все то, чего он сам так боится. Тем самым оно наполняет жизнь человека негуманистическим ее пониманием. Но помогает ему освободиться от своих глубинных страхов, а с успехом и хладнокровием консервирует их. Формирует опасный содержательный контекст хотя бы тем, что задает совсем не вдохновляющие версии происходящего» (Дондурей, 2007: 130).

Основываясь на социологических исследованиях, Д. Дондурей отмечал, что на российском ТВ «шесть из каждых десяти персонажей сериалов так или иначе действуют на территории преступлений, о них же рассказывает треть сюжетов всех выпусков новостей. Но по множеству причин... ни власть, ни общественное мнение не возражают против этого. Не связывают безудержную криминализацию эфира, скажем, с масштабом вывоза капитала за границу или с легкостью рейдерских захватов компаний. Огромная работа медиа по сохранению у миллионов социалистического мировоззрения обычно не ассоциируется с их негативным отношением к работодателям, завистью к богатым, повсеместным ожиданием господдержки, тем более с низким уровнем производительности труда. Считается (практически всеми), что жизнь — это нечто реальное, материальное, а значит, отдельное от эфемерного, как его ни демонизируй, телевизора» (Дондурей, 2013: 6).

Обращаясь к теме медиа и массовой аудитории, Д. Дондурей считал, что в России, к сожалению, «в необходимой степени не воспроизводится художественно подготовленная аудитория. Не хватает продвинутых зрителей, способных воспринимать лучшие — то есть сложные произведения мирового искусства. Торжествуют развлекательная литература и театр. ... Не хватает интеллектуальной атмосферы, почти не снимаются фильмы и сериалы, где героями становятся художники или ученые. В центре внимания в основном звезды ТВ и шоу-бизнеса. Надо признать, что фантастические возможности и преимущества великой российской культуры по обеспечению модернизации нашей страны... не были задействованы во всей их мощи. А могли бы стать важнейшим подспорьем в строительстве новой реальности» (Дондурей, 2007: 52).

И далее Д. Дондурей предлагал, на первыый взгляд, вполне логичные, но, увы, как оказалось, утопичные в конкретных российских реалиях условия улучшения ситуации:

1) изменить саму установку политики в области культуры. С концепции благотворительности, милости государства — перейти к идее инвестиций в культуру как идеологический и креативный ресурс развития;

2) оценивать и проектировать состояние культуры точно так же, как это делается в других областях;

3) перекодировать само смысловое пространство с действий по принципу «не нравится, но смотрю с удовольствием» на атмосферу (и даже моду) на интеллект, когда героями становятся умные люди, пропагандируется креатив, активность, благородство, солидарность;

4) эстетическое, художественное воспитание молодежи должно восприниматься с не меньшей ответственностью, чем создание благоприятного инвестиционного климата в России;

5) сделать упор на просветительскую миссию культуры (Дондурей, 2007: 52-53).

С мнением Д. Дондурей в целом была согласна и социолог К. Богословская, подчеркивая, что «наибольший рейтинг не у тех форматов, которые привлекательны для зрителей, а у тех, которые просто провоцируют внимание к себе. ... ошибкой было бы считать, что ТВ только информирует, просвещает, развлекает, знакомит нас с произведениями кинематографического и телевизионного искусства. Телевидение создает мир вне пределов личного опыта каждого зрителя, демонстрирует законы этого мира, нормирует должное и запретное. В масштабах страны это самый мощный инструмент формирования у миллионов людей вкуса, социальных образцов, шаблонов, чувств, настроений, идеологии и многого другого. В конечном итоге телевидение — это средство формирования национального самосознания» (Богословская, 2003: 17, 20-21).

Аналогичного мнения придерживалась и культуролог В. Зверева (Зверева, 2009: 135-143). На основе социологических опросов она утверждала, что «зрители постепенно приучаются считать хорошим то, что им показывают, хотя, конечно, тоска по качественным программам у них остается. ... В российской культуре идет постоянный, но совсем не

отрефлексируемый процесс приучения зрителей к понижающему стандарту. ... Такая же установка свойственна и создателям информационных программ, которые пытаются задействовать в них все более сильные раздражители» (Зверева, 2009: 126).

При этом у многочисленных российских телепередач на криминальную тему «есть сильный идеологический подтекст. Через постоянную трансляцию образов криминала зрителю сообщают, что ему лучше не покидать пределы своего обжитого пространства: буквально за дверью его квартиры начинается опасный мир, где сильные поедают слабых. Видите, говорят зрителю, что постоянно случается со всеми! Страшно выйти из дома, квартиры, вступить во взаимодействие с другими людьми. Они непредсказуемы, могут обмануть, совершить насилие: людям верить нельзя. Выживайте как можете и радуйтесь, что с вами пока ничего не произошло» (Зверева, 2009: 130).

Однако в ходе исследования результатов социологических исследований, касающихся телевидения, обнаружилось, что в отзывах телезрителей «постоянно звучит мысль о том, что им тягостно вечером после работы включать телевизор и погружаться в беспросветный мир, где большие и малые преступления подаются как обычная человеческая практика, которой нет альтернативы. Запрос аудитории к производителям телепрограмм иной: покажите нам общество таким, чтобы в нем хотелось жить, — не идеализированное, но подчиняющееся «правильным», принятым и в других странах нормам, и, может быть, тогда социум подтянется к повышающему стандарту. Это требование идет от зрителей, но его очень трудно услышать в ситуации, когда их голос не представляет интереса для производителей» (Зверева, 2009: 130).

Осмывая новые медийные тенденции, когда в России осуществлялся переход к дифференцированным цифровым медиа (включая Интернет), и люди стали выстраивать немонологические отношения с теми или иными средствами информации и коммуникации, В.Зверева обосновано полагала, что у аудитории стало больше возможностей для критической компаративной рефлексии (Зверева, 2009: 131-132).

В. Зверева попыталась также проанализировать относительно новое для российских медиа явление так называемого гламура. Она напомнила, что это понятие «связано с тремя контекстами: 1) с миром потребления товаров и услуг, 2) с модой, шоу, стилями жизни, то есть областью определенных культурных практик, 3) с медиа, глянцевыми журналами, книгами, телевидением, поставляющими образы для большой аудитории. Так что у этого термина широкие границы понимания. Такая размытость удобна, так как позволяет ему, как емкой пустой форме, сохранять актуальность, подстраиваясь под меняющееся содержание. *Glamour* — волшебство, чары, привлекательность, обаяние. В нынешнем употреблении — это образ, обладающий красотой, блеском, шармом. Чаще всего о гламуре говорят как о стиле и как об идеологии» (Зверева, 2006: 18).

Далее В. Зверева писала, что гламур на российском ТВ (как в телепередачах, так и в рекламных блоках) — это 1) стиль шикарной успешной жизни (медиа и шоу-бизнес, богема, богатые предприниматели и верхушка офисных служащих; 2) приучение к этому стилю представителей иных социальных групп, стоящие во многих случаях ближе к основанию «пирамиды материального благополучия» (всеми своими ресурсами стимулируя приобретение товаров, гламур соблазняет всех, задавая недостижимый, но манящий идеал для подражания); 3) набор установок идеологического свойства (Зверева, 2006: 18-19).

При этом «гламуру как стилю свойственна мода на характер (непредсказуемость, переменчивость, дерзость, изнеженное бунтарство). В противоположность естественности гламур культивирует свои довольно жестокие законы. Поведение в их рамках нередко противопоставлено действиям по привычным правилам (рациональность, подчинение конвенциям, лояльность к окружающим, демократизм). ... Поточное создание и показ глянцевого «красоты», подчиненной логике рекламного образа, — одна из ведущих тенденций на современном отечественном телеэкране» (Зверева, 2006: 18-19).

При этом «язык гламурных новостей подразумевает смешение важного и незначимого, высокий темп речи ведущего и смены картинки, драматизм контрастов в сюжетах, дистанцированность от происходящего. Для представления темы в информационных программах используется техника клипа: изображение и текст нарезаются так, чтобы разрушить непрерывность повествования независимо оттого, о чем рассказывается в репортажах. Фрагментарность привлекает взгляд зрителя к экрану, но она же устанавливает барьер, который не пропускает смыслы, превосходящие уровень констатации факта.

Стилистика глянцевого тележурнала предполагает респектабельность, но способна смещаться в сторону бульварности; это движение прослеживается не только в выборе темы, но и в интонации пустого светского разговора, применимой к освещению любой проблемы» (Зверева, 2006: 26).

И это в время, когда «на российском телеэкране не хватает внятного, умного разговора со зрителем, без стёба, манерности и интонации «для своих», недостает аргументированной речи профессионалов, образов нормальной человеческой повседневности... В жизни существуют не только нимфы и полубоги или преступники и стражи правопорядка. Запрос на такую альтернативу, как и на иные сценарии успеха и полноценной жизни в современном мире, выражает себя все более отчетливо» (Зверева, 2006: 27).

Вместе с тем, А. Костюк обращал внимание читателей журнала, что «если сопоставить спрос и предложение на развлекательные программы, то выяснится, что сами зрители готовы смотреть еще больше подобных проектов, чем им это в настоящее время предлагает телевидение. В последние четыре года суммарная доля кинофильмов, телесериалов и собственно развлекательных программ — от общего объема вещания российских национальных телеканалов — стабильно составляет около его половины, тогда как спрос, напомним, держится на уровне 70 процентов. Это говорит о том, что телеиндустрия в ближайшем будущем будет продолжать увеличивать долю развлекательного контента, поддерживая тем самым тенденцию смещения зрительского интереса — от разнообразия исключительно в сторону развлечения. Дополнительным подтверждением популярности таких проектов является активное развитие развлекательных каналов в нишевом сегменте (кабель, спутник, Интернет, мобильные телефоны и т.д.), наблюдающееся в последние годы» (Костюк, 2009: 119).

Социолог И. Полуэхтова объясняла приверженность телевидению взрослой аудитории (особенно — пенсионного возраста) легкостью и часто бесплатностью доступа к телепередачам, отсутствием необходимости предпринимать для телепросмотра какие-то специальные действия, идти на дополнительные затраты, простотой телевизионного языка: «по результатам фокус-групп, желание расслабиться, переключить внимание, отвлечься от проблем, отдохнуть после работы является основной установкой современных зрителей» (Полуэхтова, 2003: 112).

И. Полуэхтова считала, что вкусовые ожидания, критерии оценок и предпочтения массовой аудитории обеспечиваются самим телевидением, так как «предложение последних лет сформировало у постоянных зрителей ТВ (прежде всего у их количественного и социально пассивного большинства, наиболее зависимого от телевидения как источника информации и средства развлечения) привычку и преимущественный интерес к реакционному зрелищу, сулящему эскапизм и компенсацию, эксплуатирующему разного рода человеческие страсти. ... Чем выше удельный вес подобного телематериала, тем более высоки рейтинги, более позитивны оценки каналов. Абсолютное большинство зрителей составляет сегодня примерно две трети городского населения, объединяет старшие, менее образованные группы (это наиболее многочисленная и постоянная аудитория, зависимая от телевидения в информационном, ценностном, идеологическом плане) и сравнительно более молодые контингенты, периферийные по объему и характеру ресурсов, по типу ориентаций. Для них характерны сравнительно низкий уровень образования, малый объем собственного символического капитала и потому зависимость от более доступного и более дешевого ТВ. Но самое главное: теперь именно эта «телемасса», сформированная предложением последних лет, диктует свои правила игры и в значительной степени обуславливает воспроизводство телевизионного контента по своему образу и подобию» (Полуэхтова, 2003: 113).

Спустя одиннадцать лет, размышляя далее о конкуренции телевидения и интернета, И. Полуэхтова подчеркнула сохранение влияния телевидения и в этих условиях: «Интернет и цифровые технологии существенно преобразили весь медиаландшафт, стали катализатором кардинальных изменений в подходах к медиабизнесу, законодательству, телесмотрению, измерениям, монетизации. Вопреки алармизму и апокалиптическим сценариям 2000-х, связанным с ожиданием скорой смерти телевидения, которое будет заменено Интернетом, телевидение пока вполне живо. Более того, оно развивается и расширяет свои границы. Сегодня телевизионный контент свободно распространяется в разных средах, на разных технологических платформах. Он доступен везде, где есть Интернет и любое

пользовательское устройство. Цифровые технологии вопреки опасениям не убили телевидение, а лишь сделали его сильнее» (Полуэхтова, 2014: 119).

Телеведущий и литературовед А. Архангельский сетовал, что в российских медиа XXI века сложилась парадоксальная ситуация: «содержательный и экономический инструмент госзаказ — есть, а самого предмета его применения — нет. Отсутствуют новые ценности. Нет позитивной мифологии. Нет концепции новой России» (Архангельский, 2013: 13-14). Зато А. Архангельский был убежден, что во многих российских медиатекстах пропагандировалась «готовность к смерти во имя государства как высшая цель жизни. Война как перманентное и естественное состояние человека. ... смыслообразующим ядром истории становится не победа над смертью — как это было в советском кино, — а именно сама смерть. ... От клишированных реконструкций прошлого авторы переходят к эстетизации войны и наконец к поклонению войне. Сегодняшнее квазипатриотическое кино, озабоченное идеологическим заказом, переписывает под себя не столько сюжет, сколько сам дух войны как пространство для подвига» (Архангельский, 2015: 30).

Можно, наверное, спорить с тем, что на федеральных каналах XXI века «ни одного модного, известного сериала о сегодняшнем дне (за одним исключением: силовикам и сотрудникам спецслужб позволено быть современными героями)» (Архангельский, 2015: 42), и на российском ТВ «остается только внушение тезиса о вечности, неотменимости, несменяемости принципов нынешней жизни» (Архангельский, 2015: 43). Однако в целом обеспокоенность журнала «Искусство кино» стереотипностью форматов российского телевидения вполне понятна.

Теоретическая статья исследователя медиа Е. Вартановой была посвящена проблемам цифрового телевидения, которое, по ее мнению, способствовало изменению общества, стиля жизни людей. Здесь она пришла к обоснованному выводу, что «одна из причин, лежащих в основе развития цифрового телевидения сегодня, — фрагментация самого общества. Это не только становление многочисленных каналов доставки информации, но и преобразование, развитие социальной структуры общества. ... Вероятно, развитие цифрового телевидения заставит пересмотреть его понимание, основанное на модели массового вещания. Она сложилась в условиях неинтерактивного/пассивного телесмотрения, ограниченности выбора телепрограмм, монополизма как технологической платформы (телевизор), так и инфраструктуры (неземные вещательные сети). Сегодняшняя модель телевидения все больше опирается на фрагментирующуюся аудиторию, которая предпочитает самостоятельный выбор телепрограмм, просматриваемых на разных экранах и технологических платформах. Новое зрительское поведение характеризуется нелинейностью, самостоятельным выбором программ, скачиванием их из Интернета — всем тем, что традиционному телевидению совсем не свойственно» (Вартанова, 2015: 118, 122).

Ряд статей журнала «Искусство кино» в XXI веке был посвящен проблемам телевизионного кинопоказа.

Так киновед и культуролог К. Разлогов (1946-2021) писал, что к середине 1990-х годов на российском телевидении (в первую очередь, ОРТ и НТВ) было показано значительное число западных картин класса «А», однако к началу 2000-х ситуация стала меняться в худшую сторону, а показ «обычного кино» сменился потоком телесериалов, и «в перспективе качество сериалов отечественного производства будет неуклонно повышаться и оттягивать на себя лучшие творческие силы кинематографистов» (Разлогов, 2001: 95, 97).

Социолог и кинокритик Н. Венжер на основе обработки данных мониторинга показов кино на четырнадцати телеканалах за период с 1 января по 30 сентября 2014 года делала вывод, что российское кино на ТВ «чувствует себя гораздо увереннее, чем в киносети. Оно не нуждается ни в финансовой господдержке, ни в попечительном квотировании, насильно отучающем неразумных зрителей от настырного заграничного кино. Отечественные кинопроизведения тогда путем открытой, «нахальной», рыночной конкуренции легко обыграли на телеплощадке хиты мирового кино- и телепроката» (Венжер, 2014: 141-142).

Феномен телесериалов

И. Полуэхтова, на наш взгляд, вполне обоснованно полагала, что «привлекательность телесериала определяется, по крайней мере, тремя факторами. Во-первых, его «длина»; ... Во-вторых, стоимость одного эпизода среднего телесериала в несколько раз ниже стоимости среднего полнометражного фильма. И, наконец, третье — быстрая и надежная окупаемость

и доходность. ... почти десять лет (с конца 80-х до конца 90-х) происходило медленное вызревание условий для производства телесериалов» (Полуэхтова, 2001: 7-8).

Проведенный И. Полуэхтовой социологический анализ позволил ей сформулировать выводы, значимые не только для развития телекино, но и кинематографа как такового: 1) к началу XXI века сериал на российском ТВ занял весьма существенное место в структуре кинопрограмм телеканалов; 2) произошло перенасыщение зрителей западной теле/кинопродукцией; 3) финансовые трудности и дефицит новых фильмов вынудил российские телеканалы переходить к западной модели кинопоказа: 2-3 полнометражных фильма в неделю, остальное — сериалы; 4) снимать российские сериалы стало выгодно (Полуэхтова, 2001: 16-17).

С этими выводами, по сути, был согласен и Д. Дондурей: «Многие годы российские кинематографисты мечтали о введении квот на зарубежную кино- и телевизионную продукцию. В кино реализация этого проекта не получилась, но на телевидении — ... без всякого принуждения эта мечта воплотилась в жизнь. ... Произошло, казалось бы, невысказанное: наши телесериалы не только опередили знаменитое латиноамериканское «мыло» и европейскую, в основном французскую, продукцию, но и такие сделанные в США блистательные телесериалы..., занимающие первые места во всех мировых рейтингах. Более того, снимающиеся у нас в последние два года сериалы потеснили в сетке даже святая святых отечественной кинопродукции — советское кино» (Дондурей, 2003: 166).

Социологи К. Богословская и С. Солнцева на основе полученных результатов фокус-групп сделали вывод: «зритель и сериал как бы заключают негласную договоренность об условностях, конвенцию о том, что вот это мы будем считать «реальным», а вот то — нет. ... «Видимая среда обитания» героев сериала, как правило, богаче, чем это возможно по российским меркам для людей их круга. ... Особенно существенна для аудитории общепринятая условность обстановки: квартиры героев сериала всегда должны быть дороже и чище, чем те «настоящие», в которых могли бы жить описанные в фильме персонажи. Попытки некоторых телепроектов отступить от этой общепринятой условности в сторону «жизненной правды» вызывает раздражение и неприятие зрителей: «нищеты мы навидались». Несмотря на то, что все смотрящие понимают, что «так не бывает», большего приближения к реальности они не хотят. Важно отметить неперемный сдвиг состава персонажей в современных сериалах относительно социальной структуры российского общества: «вверх» (олигархи, банкиры, модели, успешные бизнесмены и люди искусства, криминальные авторитеты и т.д.); «вниз» (бомжи и прочие деклассированные элементы, проститутки, наркоманы); «вбок» (люди экзотических специальностей и наклонностей и находящиеся в «экзотических» местах: сыщики, сельские милиционеры, пограничники, летчики). Сериалы, построенные на «культовых» фигурах, тиражируемых российскими СМИ (олигархи, банкиры, бомжи и проститутки, а также сыщики и бандиты), обладают сегодня для зрителей характеристикой «настоящей реальности» (Богословская, Солнцева, 2008: 147-148).

Весьма любопытным результатом исследования стало то, что «значимость» просмотра этих историй дает зрителям ощущение символического прикосновения к современному общественному идеалу: власть — деньги — большие машины, «экзотические» меньшинства и «неприкасаемые». Наличие таких, ныне уже стереотипных, фигур придает сериальному пространству искомую зрителем «нереальность» (одна из новейших разновидностей «сказочности»). Она выражается, в частности, в своеобразной проективной идентичности: «пусть бандиты, проститутки и олигархи испытывают настоящие беды и нарушают законы и нормы, а мы на это посмотрим и сделаем свои выводы». Такая ситуация наделяет обычного зрителя символическим всемогуществом, ведь образ «простого человека» на телеэкране не пользуется популярностью ни у зрителей, ни у создателей сериалов» (Богословская, Солнцева, 2008: 148).

К. Богословская и С. Солнцева обобщили и выделили наиболее характерные «правила» создания популярных сериалов: 1) чувства персонажей — как негативные, так и позитивные — надо подать «крупным планом»; 2) базовые сцены должны быть сделаны на уровне саспенса; 3) интрига сюжета должна быть максимально напряжена, чему полностью соответствуют сказочные и фольклорные истории, которые можно условно назвать «Золушка», «Робин Гуд» и «Богатые тоже плачут»; 4) необходим сдвиг характеров и образов героев к простоте (аудиторией востребованы четкие и максимально узнаваемые типы

персонажей). И «чем более реальна проблемная ситуация (жилищный вопрос, недостаток средств, болезнь), которая поднята в «серийном мире», тем более реальный выход из нее должен предложить сериал — иначе целостность и символическая безопасность «серийного мира» будет нарушена» (Богословская, Солнцева, 2008: 148).

Основываясь на социологических опросах телезрителей о фильмах и их персонажах, К. Богословская пришла к выводу, что «с одной стороны, массовая аудитория хочет видеть истории про жить, но про такую жизнь, в которой нет неразрешимых проблем. С другой телевидение подчиняется законам рынка и вынуждено снимать то, что даст надежный рейтинг, а вовсе не рассматривать реальные темы и конфликты, существующие в обществе. Телевизионный герой потому может быть Героем, что он является протагонистом решения проблемы, актуальность которой очевидна для аудитории, но как раз проблем-то в телевизоре и нет» (Богословская, 2012: 142).

При этом К. Богословская выделила два типа успешных телеформатов: 1) взрывной, но при этом однократный успех..., достигнутый за счет использования «кулака» средств привлечения зрительского внимания: знаменитые актеры, экшн, пейзажи, техника, спецэффекты, большой бюджет; 2) успех, связанный с устойчивой симпатией аудитории к формату, с желанием «в нем жить». Он достигается за счет более глубоких свойств сериала или программы и обеспечивает длительность экранной жизни и возможность повторных трансляций (Богословская, 2012: 142).

Анализ результатов социологических опросов показал, что «жажду успокаивающего идеала, позволяющего отдохнуть и расслабиться, гораздо легче удовлетворить на материале прошлого, которое позволяет создать идеального героя, совершающего крупные поступки во благо страны. Кроме того, прошлое в сознании аудитории безопасно и уже насыщено образами. ... актуальным для зрителей становится архетипический для русской культуры образ Ивана-дурака. Ивану-дураку помимо внешних «дурацких» качеств свойствен юмор, умение выкрутиться из ситуации, «включая дурака», и выйти, в конце концов, из нее победителем. Отдельные черты Ивана-дурака свойственны многим персонажам современного телевидения... Аудитория также ждет героев профессионалов в своем деле... — это ориентированность героя на дело, а не на стяжательство, это желание увидеть, что профессионалы работают ради целей и ценностей, а не только ради денег. И в конечном итоге желание увидеть страну, ориентированную на созидание и здравый смысл. Такой герой-профессионал может поддержать патриотизм аудитории, и нужда в этом у аудитории очень сильна: Герой должен быть мыслящий, интеллектуальный, за Родину. ... Относительно психологических качеств героя интересно то, что чуть ли не на первом месте у массовой аудитории стоит чувство юмора. Вроде бы это удивительно: главное востребованное качество современного героя — не честность-смелость-мужество, а чувство юмора» (Богословская, 2012: 143-144), хотя после юмора в приоритете зрительских предпочтений идут именно эти качества.

В итоге К. Богословская сформулировала следующие составляющие массовой популярности любых видов телевизионных форматов в российских условиях XXI века:

- 1) захватывающий сюжет: четкая, яркая, актуальная интрига, наличие хорошо разработанной любовной линии, эмоциональная насыщенность событий (страдание и преодоление и пр.), положительное разрешение проблем;
- 2) попадание в мифологический пул предпочтений широкой аудитории, связанный с фольклором, реализацией понятий справедливости и достойной жизни;
- 3) социокультурная и историческая значимость темы;
- 4) утверждение «самобытности России», патриотизма (Богословская, 2013: 77).

В 2014 году К. Богословская вновь обратилась к анализу массовых медийных предпочтений на примере сериалов, выделив 12 так называемых метасюжетов, привлекающих самые широкие зрительские массы: 1) «Золушка» (восхождение персонажа по социальной лестнице снизу вверх, благодаря своим положительным качествам и/или появлению романтического «принца»: востребованность этого метасюжета в большей степени характерна для женской аудитории); 2) «Остап Бендер» (весьма актуальный метасюжет для страны, где мошенничество и коррупция занимают вплетено в саму ткань жизни общества); 3) «Ромео и Джульетта» (драматическая история настоящей любви); 4) «Анна Каренина» (драматический любовный треугольник); 5) «Отцы и дети» (вечный конфликт поколений); 6) «Троянская война» (враждебное противостояние, вражда и

ненависть, благородство и самоотречение: востребованность этого метасюжета в большей степени характерна для мужской аудитории); 7) «Граф Монте-Кристо» или «Робин Гуд» (месть положительного персонажа врагам, восстановление попорченной ими справедливости); 8) «Одиссея» (путешествие в поисках Сокровища); 9) «Робинзон» (популярность этого метасюжета показывает долгоиграющий эффект шоу «Последний герой»); плюс менее актуальные в российских условиях метасюжеты: 10) «Катастрофа и ее последствия»; 11) «Машина времени» (фантастические путешествия в прошлое и будущее); 12) «Гамлет» (метасюжет, связанный с внутренним миром героя) (Богословская, 2014: 131-132).

При этом К. Богословская убеждена, что «в востребованности всех метасюжетов очень четко прослеживаются архетипические, описанные многими русскими философами черты русского национального сознания — стремление к чуду, потребность в страдании, жажда не власти закона, а некоей вселенской справедливости» (Богословская, 2014: 132).

В 2019 году К. Богословская проанализировала результаты социологического опроса зрителей, в ходе которого им было предложено предложить идеи, фабулы телесериалов, которые им хотелось бы посмотреть. При этом хотя идеи сериалов, предложенные респондентами, гораздо более приближены к обыденной жизни, чем то, что предлагает им современное ТВ, однако во многих случаях на эти идеи оказывают сильное влияние стандартных криминальных и мелодраматических телесюжетов (Богословская, 2019: 153-167).

В итоге выяснилось, что по сравнению с общим полем содержания современных сериалов в сценариях респондентов преобладают:

– серьезные сюжеты о жизни, о путях современного и исторического развития страны: судьба обычного человека, ориентация на реальность, «жизненность» (это в большей степени характерно для мужской аудитории);

– сюжеты о взаимоотношениях родителей и детей; истории о том, как строить отношения (это в большей степени характерно для женской аудитории);

– добрые, лирические комедии;

– фантастические сюжеты, но не космические или технократические, а социально-исторической направленности, повествующие о возможных вариантах развития страны;

– сюжеты, ориентированные на жизнь молодежи, на ее проблемы (предложения от аудитории в возрасте до тридцати лет) (Богословская, 2019: 154-155).

К. Богословская считает, что заикленность российских телеканалов на стандартных криминальных и мелодраматических историях связано с требованиями унификации, ориентацией на апробированные (в том числе – за рубежом) стереотипы и боязнь рисков, цензура и самоцензура. «Воспроизводство старого дешевле, особенно когда речь идет о криминальных сериалах. Добиться сильного уровня интриги, в которой средством развития энергии является оружие, а не научное открытие или яркий характер, гораздо легче и дешевле, чем создать глубокий, содержательный драматический сюжет. Мифологическая составляющая сериалов, базовые метафоры сюжета, основанные на архетипических сюжетах, также не столь разнообразны, как могли бы, по убеждению зрителей, быть. ... Понятно, что в основе унификации лежат наиболее дешевые способы достижения максимально высокого рейтинга в ситуации отсутствия достаточной диверсификации телевидения» (Богословская, 2019: 156).

Размышляя о феномене современных сериалов, исследователь медиа и журналист А. Быстрицкий напоминал читателям журнала «Искусство кино», что еще лет тридцать назад культурная иерархия была устроена так, что на вершине находились киношедевры, а сериалы располагались на несколько этажей ниже: «эта иерархия предполагала, что драматическая глубина, психологическая утонченность и тому подобное приписывались фильмам, созданным исключительно для просмотра в кинотеатрах. Сериалам же ... отводилась роль развлечения, средства убить время, расслабиться после трудного дня» (Быстрицкий, 2014: 136).

Однако в XXI веке эта ситуация стал меняться, и многие сериалы сейчас стали полноценными произведениями искусства, в то время, как дорогостоящий коммерческий кинематограф «превратил кинотеатр как раз в попкорновый центр развлечений: аудитория в своей массе идет туда, чтобы с помощью спецэффектов пережить те ощущения ловкости людей и могущества технологий» (Быстрицкий, 2014: 137).

Об этом же тренде писала и кинокритик И. Кушнарева: «Почему сегодня мы с большим нетерпением ждем премьеру нового сериала, чем очередную кинопремьеру? Почему стало модно смотреть телевизор? Понятие «качественное телевидение» (quality television) одно из ключевых в медийной теории последних двух десятилетий. Но это явление не чудо рождения искусства из пустоты, у него есть социокультурные, экономические и технологические предпосылки» (Кушнарева, 2011: 5).

Из всех российских телесериалов XXI века журнал «Искусство кино», наверное, больше всего внимание уделил эпатажной «Школе» (2010) В. Гай-Германики.

Д. Дондурей полагал, что сериал «Школа» — «образец продюсерского творчества во всех его компонентах. В работе с новой «повесткой дня», с содержательным контекстом, с настроениями общественных страт, с телевизионными форматами и их стилистикой, с амбициозностью авторов, с кастингом, с предубеждениями потенциальной публики. Однако мне кажется, что главное в этом проекте — эксперимент с накопленным, но еще не реализованным ощущением давно разрешенной свободы. С ее границами, коридорами, горизонтами. А также новейшими, хотя и не явными, технологиями продвижения современных виртуальных продуктов. «Школа» зондирует почву надвигающихся или, точнее, вызревающих контент-перемен, не столько предчувствует, сколько осваивает возможные здесь идеологические повороты. ... Дело тут не в качестве «подлинности» или парадоксальной стилистики, которая вроде бы сильнее всего большинство и зацепила живой звук, ручная камера, непривычные ракурсы, обрезанные крупные планы, неприятные для многих подробности бытовых деталей. Как раз адекватное и довольно мягкое отражение поведенческих схем и морального климата прогрессивными телезрителями было записано в плюсы. Минусы этой «Школы» тоже очевидны и уже зафиксированы: тенденциозность в отборе материала, никто ничему не учит, отсутствие у героев минимальных интеллектуальных запросов, плосковатая драматургия. При всем том эти крестики-нолики мало что объясняют. Лишенный объема, настоящей остроты, но и, что еще важнее, фактурной фальши, этот сериал чуть ли не впервые за двадцать лет исследует формы и границы разрешенной в нынешней сериальной практике правды» (Дондурей, 2010: 5-6).

Д. Дондурей был убежден, что в «Школе» впервые осваиваются хотя бы в первом приближении многие болезненные точки повседневного существования именно будущих взрослых, а не детей. Поэтому столь пристально разрабатываются отношения с деловыми партнерами, родителями, сексом, начальством, деньгами, убеждениями или с отсутствием таковых. Социальное неравенство, недоверие, предательство, сотрудничество или обман всё, как у взрослых. Только намного острее, болезненнее, невыносимее. И, наконец-то, без главной краски отечественного ТВ — криминала» (Дондурей, 2010: 7).

Ю. Богомолов (1937-2023) в своих рассуждениях о «Школе» пошел еще дальше, утверждая, что «по этому сериалу дети детей сегодняшних детей будут судить не только о нравах, царивших в российской школе в начале XXI века, но и об умонастроениях в российском обществе, о моральном его климате, о прочих вещах, что невестественны, неосязаемы. И вместе с тем они необычайно важны для понимания — откуда и куда мы идем. ... С переменой общественного устройства, с крушением системы обнаружили свою несостоятельность почти все прежние институты. В их числе и школа с ее командно-административной технологией образования и воспитания. То равновесие между поколениями отцов и детей, которое поддерживалось в человеческих советских фильмах, оказалось резко нарушенным. «Школа» Германики — это перевернувшаяся командно-административная пирамида. Она предельно неустойчива, абсолютно ненадежна, разрывается внутренними противоречиями и разрушаема воздействием внешних факторов коррупция, социальное неблагополучие, межэтнические конфликты и т.д. Любой ветер перемен способен ее поколебать и повалить. Даже странно, что она еще в состоянии как-то функционировать» (Богомолов, 2010: 27-28).

Спустя шесть лет критик Т. Круглова отметила, что по отношению к медиатекстам, особенно на школьную тему, продуктивные результаты «дают концепции и теории, делающие объектом своего изучения такие феномены, как постколониальный синдром, гендерные трансформации, травму как событие и процесс, групповую и персональную идентичности, репрезентации коллективной памяти. Таким образом, «социальность» в художественной ткани вычлняется не в качестве материала, сюжета или типичных

обстоятельств, узнаваемых примет окружающей действительности, как это характерно для классического искусствоведческого подхода, а обнаруживается на уровне оптики анализа, помещающего текст в систему координат той или иной социальной теории» (Круглова, 2016: 138).

В этом смысле медиатекстах, критически рассказывающих о современной российской школе, можно легко обнаружить «распад привычной иерархии и порядка, регулирующего отношения между учителями и учениками. Авторитет учителя чрезвычайно низок и не поддерживается даже на уровне формального следования правилам. Ресурс «управления процессом» предстает либо как исчерпанный, либо как ненадежный. Учителя фактически не являются представителями власти, трансляторами официально принятых культурных и социальных норм, а именно эта функция объединяла классическую школу на всех этапах ее истории — от начала Нового времени до конца индустриального режиссер общества. Вопрос об уровне преподавания, качестве подготовки учителей, их личном человеческом статусе оставим за скобками... Класс — как сообщество — в состоянии хаоса начинает самопроизвольно устанавливать собственное понимание порядка, практически всегда воспроизводящее признаки архаических обществ, тяготеющих к теневым (мафиозным) или криминальным структурам. Связи выстраиваются и регулируются правом сильного. В отношениях между учениками широко используются шантаж и подкуп, выбирается «козел отпущения», устанавливается жесткая дифференциация на господствующих и подчиненных, почти постоянно пребывающих в состоянии лиминальности (униженности и лишения прав, дефицита персональной значимости). Чаще всего власть захватывается неформальным лидером, наделенным психотипическими признаками харизматика, умело манипулирующего своими адептами. Именно такой лидер начинает противостоять власти учителя, и между ними разворачивается поединок, исход которого всегда непредсказуем. Учитель оказывается перед тяжелым выбором, навязанным ему сложившимся раскладом сил: или он втягивается в состояние противостояния, используя арсенал военных действий (угрозу, страх, наказание, лишение прав и т.п.), или пытается соответствовать традиционной просветительской миссии, основанной на принципах убеждения, гуманизма, уважения к личности ученика. Выходы из описанной ситуации авторами фильмов предлагаются различные, но сама ситуация чаще всего напоминает войну, и в «холодном», символическом, варианте, и вполне «горячем», с угрозой для здоровья и жизни» (Круглова, 2016: 138-139).

Любопытно, что своего рода пиком такого рода структуры «школьного сериала» на российском ТВ XXI века стала «Спарта» (2016), где такого рода взаимоотношения достигли практически максимума, тогда как в кино эта тенденция довольно проявилась в «Училке» (2015).

Феномен реалити-шоу

Статья культуролога М. Липовецкого «Reality show», опубликованная в журнале «Искусство кино» в 2001 году — своего рода яркий образец, когда вроде бы вполне логичные выводы исследователя опровергаются в реальности буквально через несколько месяцев.

Рассуждая о популярных американских реалити-шоу, М. Липовецкий сначала резонно отмечал, что «буря интереса к reality shows не случайно произошла в начале века. ... дело скорее в том, что постмодернистская концепция симулякра и симуляции именно к концу века стала достоянием массовой культуры. ... Reality shows — это попытка выйти за пределы симуляции, попытка ощутить реальность как таковую — пусть в экспериментально выстроенных декорациях, но «по правде», а не понарошку» (Липовецкий, 2001: 47).

Однако далее делался неожиданный (и вскоре полностью опровергнутый всем ходом развития отечественного телевидения) вывод, что реалити-шоу, подобные американскому «Выжившему» (Survivor), первый сезон которого вышел в эфир в 2000 году, «совершенно неприложимы к России. Нужно в нескольких поколениях объесться комфортом и технологией, чтоб захотеть, хоть ненадолго, в первобытную пещеру, в рай в шалаше или, того хуже, в казарму. Все трудности необитаемого острова с успехом заменят коммуналка и удобства во дворе. А если к ним еще добавить пьяного соседа, то ни один survivor точно не выживет. Отказ же от такой святыни западной цивилизации, как privacy, отказ, в котором сокрыта главная «изюминка» «Острова соблазна», для России также неактуален: сначала надо разобраться, что такое эта самая «прайвэси» и зачем она нужна, а потом попробовать ее осуществить» (Липовецкий, 2001: 48).

Однако появление российского аналога Survivor, трансляция которого началась на канале ОРТ 17 ноября 2001 года, полностью опровергло по большому счету оторванный от динамики развития российского ТВ высокомерный прогноз М. Липовецкого. Российский Survivor под названием «Последний герой» легко выдержал около десятка сезонов, привлекая к телеэкранам миллионы зрителей. И для этого успеха «Последнему герою» вовсе не понадобились в «нескольких поколениях объесться комфортом и технологией» и во всех деталях проникновенно осознать, что такое privacy...

Однако первым в череде российских напумевших реалити-шоу был телепроект «За стеклом» (аналог западного «Большого брата»). Его действие происходило в московском отеле «Россия», в специально оборудованном помещении с телекамерами и зеркальными стеклами. Трое парней и трое девушек в течение 35 дней (с 27 октября 2001 года) круглосуточно находились под телевизионным наблюдением, без права общаться по телефону и выходить в интернет. Ежедневная трансляция этого реалити-шоу шла по каналу ТВ-6 и в интернете.

Успех у реалити-шоу «За стеклом» был огромный, так что логично, что журнал «Искусство кино» посвятил его феномену теоретическую статью.

О. Аронсон систематизировал мнения массовой аудитории по поводу этого телешоу: 1) обвинения в аморальности, непристойности, в игре на дурных зрительских инстинктах; 2) уверенность в том, что это «нечто радикально новое, что выходит за рамки только телепрограммы, оказывается чем-то большим, неким социальным экспериментом над обществом при помощи ТВ».

И здесь у О. Аронсона возникала серия сомнений: «А что, раньше телевидение не подглядывало? Не расставляло свои камеры повсюду, где только можно? Не проникало туда, куда его не хотели пускать? Да это же всегда было одной из его главных функций. А что такое прямой эфир, в котором «сама жизнь» то и дело заявляет о себе в различных мелочах, которые уже невозможно отредактировать, вырезать, смонтировать? Более того, телекамера теперь охотится за этими мелочами, и они становятся неотъемлемой частью уже не только прямого эфира, но и многих записанных передач... желание реальности (присутствие при правде «самой жизни») не менее интенсивно, чем желание быть обманутым, соблазненным некоторой псевдореальностью. Или более строго: желание — это есть то реальное, что невозможно симулировать, и оно выступает постоянно как замещающий элемент видимой (симулируемой) реальности» (Аронсон, 2002: 117-118).

Далее О. Аронсон очень точно подметил, что в ходе подобного реалити-шоу «реальные люди... сразу же оказываются продуктом знакового и культурного производства, их поведение крайне обусловлено вполне определенными шаблонами, и прежде всего шаблонами телевизионными. Их поведение за стеклом настолько сильно зависит от цели (понравиться большинству зрителей и получить главный приз), от направленных на них телекамер, что практически стирается грань между естественным поведением и игрой на публику. При этом сама «игра» порой столь неумела, прямолинейна, неизобретательна, а персонажи настолько неинтересны, что режиссер все время дергается, пытаясь предложить зрителям застеколья тот или иной жанр, сюжет, заставить их что-то изображать, декламировать, заниматься какой-то художественной самодеятельностью» (Аронсон, 2002: 118).

С другой стороны, персонажи такого рода реалити-шоу в течение постоянного присутствия на телеэкране неизбежно претерпевают трансформацию, «они становятся звездами, и сами ощущают это. Долгое присутствие на телеэкране делает из человека звезду почти автоматически. Экран наделяет персонажей той степенью индивидуальности, о которой они сами и не подозревали, и чем менее герой — личность, чем более он клиширован, тем легче ему стать звездой, поскольку он — идеальная пустая форма зрительских желаний и ожиданий. Или же, другими словами, чем более герой механизирован в непристойности, тем более он привлекателен, поскольку переводит «непристойное» в разряд шаблона. У искусства и телевидения принципиально разные отношения с «непристойным». Если для искусства оно выражается в сублимации, отчуждающей субъект от собственного желания, то для телевидения ключевой становится десублимация, возвращающая зрителю его собственные желания через стереотипические образы, через узаконенное непристойное» (Аронсон, 2002: 121).

Более того, О. Аронсон был убежден, что «при этом как критики шоу, так и его защитники выступают, как ни странно, заодно. Только если первые реагируют как ханжи, видя непристойность в самом акте подглядывания и не замечая, что современная экранная индустрия давно уже имеет дело с превращенными формами этого типа непристойности, то вторые явно лицемерят, делая вид, что перед нами «сама жизнь», становящаяся прозрачной, в то время как очевидно, что «сама жизнь» сужается до вполне определенных рамок. В этих рамках остается лишь то, что можно увидеть на телеэкране, но на что все еще не принято смотреть в жизни. В этой связи вовсе не случайно, что одной из самых обсуждаемых тем оказывается демонстрация полового акта. ... И в этой непристойности проявляет себя тот трансгрессивный момент любого reality show, делающий их все столь популярными: столкновение с вытесненными желаниями, в которых мы сами не хотим себе признаваться. Сексуальность — лишь пространство, в котором это проявляется наиболее очевидно. Но можно также говорить о разных формах насилия, об унижении, предательстве и многом другом» (Аронсон, 2002: 118-119).

Д. Голышко-Вольфсон полагал, что «современное телешоу уже не подменяет (и не подминает) реальность, упраздняя её непредсказуемость. Напротив, сама реальность компонуется, следуя клише и трафаретам телешоу» (Голышко-Вольфсон, 2002: 109). При этом «персонаж РШ (реалити-шоу – авт.), представ «сир, наг и прозрачен» перед не конспиративно-шпионскими, а откровенными камерами, постепенно сам завладевает хитрыми рычагами медиального управления и начинает командовать устремленными к нему коллективными влечениями... В результате внешняя символическая сила — будь это синдром буржуазного вкуса или разрекламированная симптоматика социального благоденствия — получает снова и снова прерогативы манипулятивного вмешательства в формовку РШ, превращая его в глянцевавшийся транспарант либерально-гуманистической идеологии» (Голышко-Вольфсон, 2002: 123-124).

Аналогичный реалити-шоу «За стеклом», но гораздо более масштабный проект «Дом»/»Дом-2», вызвал еще больший интерес у массовой аудитории.

Реалити-шоу «Дом» выходило в эфир канала ТНТ с 1 июля по 1 ноября 2003 года, его с 11 мая 2004 года сменил проект «Дом-2», который выходит по настоящее время.

Культуролог В. Зверева полагала, что «умножение источников информации помимо основной цели — лучших продаж построенной вокруг «Дома-2» продукции — подтверждает реальность, сконструированную в шоу, делает его героев персонажами большой мультимедийной истории. Этот прием хорошо работает: программу смотрят, о ней спорят, а значит, она привлекательна для рекламодателей. В системе российского телевидения неизбалованная аудитория приучена любить то, что есть в предложении. ... Высказывания о каждом герое содержат некие обобщения, подводящие их под определенный узнаваемый тип, поэтому игра в комбинации пар приобретает черты более универсального выстраивания отношений между носителями тех или иных психологических, социальных, культурных характеристик. Эту функцию обычно выполняют и телефильмы, и произведения массовой литературы, романы для девушек и юношей. Здесь то же самое происходит с реальными людьми, с которыми могут соотносить себя молодые зрители, с удовольствием предающиеся «просчету вариантов» отношений» (Зверева, 2007: 106-107).

Исследуя многолетнюю историю трансляций «Дома-2» В. Зверева пришла к выводу, что это реалити-шоу «привлекает зрителей тем, что он позволяет выстроить комфортное пространство, соизмеримое с его реальным временем. ... К героям привыкают; они — как знакомые и друзья — приходят в дом несколько лет подряд в одно и то же время. Зрители наделяют экранных персонажей своими смыслами, видят в них собственные отражения или свою противоположность, потенциальных друзей, партнеров или соперников, вкладывают в них мечты, страхи, желания, достраивают будущие сценарии счастливой или несчастливой жизни. ... Формат молодежного реалити-шоу содержит огромные потенциальные возможности для представления аудитории взглядов и образцов, которые социум считает для себя важными» (Зверева, 2007: 111).

Социолог В. Колотаев убежден, что «Дом-2» «представляет собой частный и, пожалуй, предельный (если не сказать — запредельный) случай бунта против диктатуры опосредующей системы авторства, фигуры творца, режиссера, любой цензурирующей инстанции, наделенной правом определять то, каким быть каноническому порядку ценностей и с каким идеалом отождествляться субъекту культуры. В «Доме-2» на экран

приходит зритель и демонстрирует себя для себя самого, устраняя посредников в виде учителей и авторитетов. ... В центре зрительского внимания оказываются «простые» юноши и девушки со своим внутренним миром, представлениями и чаще всего скудным культурным багажом» (Колотаев, 2009: 125).

В. Колотаев подчеркивал, что «Дом-2» «заявлен как реалити-шоу, но зрителю подается не совсем чистая реальность. Последовательности сцен монтируются, есть постановочные кадры, материал тщательно редактируется, отбирается. Многие ситуации создаются искусственно. Формат запрещает участникам говорить о политике, о книгах и кино, обсуждать социальные проблемы. Это сужает и без того узкий круг тем для бесед. ... Участники играют в жизнь, воспроизводя, иногда утрированно, то, что они считают реальностью, и оказываются ближе к «правде жизни», чем хроника или документальное кино. В «Доме-2» так называемый «простой человек», всегда выступающий как потребитель зрелища, получает шанс стать создателем зрелища, отражающего его мир. ... Шоу действительно показывает реальность. В нем, как в зеркале, отражается не умеющий ни жить, ни играть индивид, пребывающий в своем обычном состоянии, которое считает нормой. Разговоры молодежи «Дома-2» скучны, грубы и примитивны. Фразы полны несусветных штампов, глупостей и пошлостей. И это пугает. Пугает, например, то, что строители отношений не осознают, на каком примитивном уровне жизни и интересов они находятся. Это уровень грубой архаики с выраженной внутrigрупповой иерархией, в которой есть «старички» на положении армейских «дедов» и новички в роли «духов». Отношения мужчин и женщин подчинены жестким патриархальным нормам» (Колотаев, 2009: 125-126).

Выводы из всего этого В. Колотаев делал неутешительные: «Феноменальный успех шоу, безбедно существующего в медийном пространстве в течение многих лет, обеспечен главным образом тем, что разработчики проекта в своих целях успешно используют базовую потребность инди «дом-2» вида, желание быть признанным. ... Факт существования и популярности проекта — это диагноз бедственного состояния общества. Это сигнал, что что-то нужно делать не столько с картинкой, сколько с реальностью» (Колотаев, 2009: 128-129).

Театровед М. Давыдова напомнила читателям журнала «Искусство кино», что в начале XXI века «российские зрители впервые заглянули «за стекло» и обомлели. Там, как рыбки в аквариуме, плавали их соотечественники — ели, пили, шутили, грустили, предавались нуждам низкой жизни, занимались любовью. ... Некоторые чувствительные мои соотечественники сетовали в связи с этим примерно так: ах, какие они («застекольные») убогие и некультурные, и почему я, такой нежный, должен на них смотреть! Разве ж дело в этом? Неужели, если бы за стеклом оказались вдруг члены-корреспонденты Академии наук, полегло бы? Тут все обстоит куда хуже. ... Теперь телевизионный эксгибиционизм и телевизионный вуайеризм стали нормой. Их сделали нормой. И это только один шаг по замещению всех прочих норм, ибо ТВ-зрелища в подавляющем своем большинстве сделаны так, чтобы спровоцировать самые что ни на есть низменные инстинкты граждан. Причем по обе стороны экрана. ... Этот этический нейтралитет ТВ развращает умы и сердца хуже всякой порнографии... Ведь чудовищный замкнутый круг, когда предложение мерзости рождает ее спрос, а растущий спрос — еще большую, то есть еще более рейтинговую, мерзость, хуже любой цензуры» (Давыдова, 2005: 93-94).

Феномен ток-шоу

Культуролог В. Зверева писала, что интерес массовой телеаудитории к ток-шоу не случаен: «у этих программ есть свои сильные стороны и потенциальные возможности. Зрителю, сталкивающемуся с различными трудностями, дается понять, что его ситуация не уникальна, что он не одинок: есть еще люди, которых волнуют близкие вопросы, и те, кто готов поделиться с ними своим жизненным опытом. Именно ток-шоу позволяет моделировать ситуации, сообщая переживать их, заручаясь поддержкой виртуального коллектива, и проговаривать допустимые линии поведения, что восполняет нынешнюю нехватку авторитетных суждений и указаний. Такие программы важны для конструирования социокультурных представлений, поскольку в них обсуждаются нормы и приоритеты того или иного сообщества, разграничиваются «хорошие» и «дурные» суждения и поступки. Одновременно в них предлагается спектр оценок, из которых человек может выбирать те, что ближе его взглядам. Ток-шоу отражают интерес зрителей к чужому жизненному опыту. ... Ток-шоу всегда ориентированы не только на коммуникацию, но и на

терапию. Предполагается, что в каждой передаче будет предложено какое-то, хотя бы и промежуточное, решение поставленной проблемы. Потенциально такие программы могут служить освобождению от распространенных культурных страхов и предубеждений. Наконец, как и другие телевизионные программы, ток-шоу должны также развлекать аудиторию, удерживая ее у экранов» (Зверева, 2005: 73).

С другой стороны, как верно отмечала В. Зверева, «количество «странных людей» в ток-шоу впечатляет. Это герои, не следующие принятым образцам или готовые на публичную демонстрацию своих неприглядных сторон, совершающие аморальные поступки и признающиеся в этом. ... Исключения способны проблематизировать норму, расширить ее границы. В то же время они подтверждают правило, которое лишь временно ставится под сомнение. Зрителям предлагается попеременно чувствовать себя членами то либерального сообщества, открытого к новым стилям жизни и идеям, то узкой группы хранителей истинных ценностей. Мнение аудитории в финале обычно склоняется к золотой середине» (Зверева, 2005: 79).

Музыковед и культуролог Т. Чередниченко (1955-2003) путем контент-анализа пришла к выводу, что «заполнение студий в бытовых ток-шоу делится на три категории: солисты-эксгибиционисты, обсуждающая, советующая и просто присутствующая массовка, ведущие-звезды и звезды же — эксперты. ... откровенничающих героев ток-шоу мы не запоминаем. Они как бы все на одно лицо. Запоминаем мы ведущих, которые отнюдь не исповедуются... Индивидуальностью оказываются те, кто не выворачивается наружу, но провоцирует самовыворачивание других. Индивидуальности, верящие в свою уникальность, тонут в массовой неразличимости, но за их счет вес отдельности набирают психологические манипуляторы. В свою очередь, рыночная известность разоблачит и их, так что человеческой отдельности просто не на ком определиться. Индивидуализм без индивидуального — формула нынешней славы» (Чередниченко, 2002: 54, 58).

При этом, по мысли Т. Чередниченко, в телевизионных ток-шоу «отдача личного бытия в аренду зрелищу не просто расширяет сферу стриптиза. И даже не столько расширяет, сколько переосмысляет. Ведь в стрип-шоу показывают нормально развитые тела. Напротив, в ток-шоу рассказывают большей частью о поведенческих эксцессах. Их норма — ущербность. Таким образом, стриптиз, начавшись с эстетизации телесной нормы, продолжился смакованием душевного уродства. ... Если уродство не воспринимается как исключение, тотем самым признается ненаказуемость человека и, соответственно, его онтологическая невинность. Если отклоняющееся поведение ничем не хуже обычного, то и установки стыда бездействуют. Таким образом, нечего бояться и некого упрекнуть. Всё одинаково правильно. ... Новая генерация свободных людей, представляемая исповедальным телевидением, — невинные (не невинные, а именно невинные — не признаваемые виновными) бесстыдники. И притом отнюдь не оригинальные личности, а манипулируемые куклы. Итак, девальвированное общество — индивидуализм без индивидуальности — невинные бесстыдники... Другой модели общества телевидение как-то не дает» (Чередниченко, 2002: 59).

Феномен рекламы

В одной из своих статей в журнале «Искусство кино» В. Зверева подчеркивала, что «в построении мира рекламы риторические правила более важны, чем содержательные. При этом она, как правило, представляет картину либерального общества, где существуют идеальные условия для свободного выбора и самореализации через потребление. Это улучшенный образ «себя», пространство, в котором, по мысли создателей рекламы, хотелось бы жить. Мир рекламы строится как неизменно позитивный, стабильный мир, в котором культивируются различия и терпимость к «другому», где возможны моментальные бесконфликтные решения проблем, а сама жизнь открыта и расположена к отдельному человеку. ... Свобода как ценность реализуется в рекламе главным образом в сфере повседневности, обустройстве быта. Поэтому она предстает в выборе одежды, еды, косметики, развлечений, наделена особым статусом. Здесь утверждаются ценности среднего класса — основного хранителя, производителя и потребителя современного образа жизни: благополучная семья, гармония взаимоотношений с собой, противоположным полом, детьми, родителями, друзьями, коллегами по работе. Все это может и должно быть реализовано благодаря приобретению новых товаров. Здесь действует достигательская

модель: купи и преодолей следующий рубеж, купи и улучши себя и свою жизнь» (Зверева, 2004: 8).

При всём том рекламный мир, разумеется, регламентирован: «обращаясь к целевым группам, подобные послания часто помещают людей в рамки условных социальных ролей. Так, если женщина в рекламе рассматривается как «мать» или «жена», то эта роль предписывает ей заботиться о детях, муже, комфорте в доме, чистоте кухни, сытости кота. Если она «современная женщина», то ее задача «успевать» и «справляться с ситуациями», в чем ей помогают разнообразные товары — от жевательной резинки и дезодоранта до кредитной карточки и мобильного телефона. Если же она представлена в качестве «просто женщины», то от нее требуется неустанно совершенствовать свой внешний вид и следить за здоровьем. Таким же образом «мужчина» интенсивно трудится..., отдыхает в компании, думает о благополучии семьи, социальном престиже, своем здоровье, привлекательности. «Маленький ребенок», как правило, выступает в качестве объекта заботы и «свидетеля» естественности и натуральности продуктов. «Бабушки и дедушки» гарантируют преемственность традиции, передачу опыта от поколения к поколению, связь с неурбанистическим миром» (Зверева, 2004: 8).

Культуролог О. Тимофеева обоснованно полагала, что «современной рекламе, более примитивной в художественном (чем игровое кино) плане, парадоксальным образом удалось продвинуться намного дальше в использовании работы сновидения. В частности, телевизионная реклама — беспрецедентный случай тотального массового галлюцинирования — предлагает зрителю сновидную реальность и использует для этого принципы киноповествования. Так, рекламные персонажи способны претерпевать массу превращений, помещенные в совершенно иное и произвольно меняющееся посредством монтажа пространство-время (крохотная жевательная пастилка стремительно поднимается в небо и взрывается красочным фонтаном, в котором можно различить отдельные, слишком яркие, фрукты). Элементы этого повествования могут быть сильно гипертрофированы и появляться без видимой связи с основной сюжетной линией (обычно это абстрактные символы, логотипы той или иной компании или разросшаяся до неузнаваемости картинка продукта, а также отчетливо произнесенные вслух имена собственные)» (Тимофеева, 2004: 25).

Основываясь на результатах социологических исследований, О. Тимофеева пришла к выводу, что «на вопрос об отношении к рекламе многие склонны отвечать, что не обращают на нее никакого внимания и в ситуации ежедневной интервенции как бы пропускают ее мимо себя, просто не принимают всерьез, относятся к ней как к неизбежному и почти незаметному фону. Или же пропускают через себя, как сквозь сито, отсеивая лишнюю информацию. Однако именно эта способность человеческого восприятия отсеивать лишнюю информацию делает его беззащитным перед воздействием рекламы как потока образов. На первый взгляд этот тезис кажется парадоксальным. Но, приглядевшись внимательнее, мы обнаружим, что такое отсеивание происходит на фоне некоторого «помутнения сознания». Защитный механизм, который оно выставляет против шока обрушивающихся на человека «истин» и образов, напоминает ступор. Ясное сознание как бы замирает, слепнет, рассеивается, становится абсолютно проницаемым для внешних воздействий, максимально открытым. ... Поэтому шокирующие подробности рекламных клипов часто не сохраняются в памяти. ... Агрессия рекламы, ее противоречивость и неуместность в больших количествах позволяют сломить сопротивление здоровой рефлексии и анализа. Рекламный ролик — коллективная галлюцинация, которой мы предаемся ежедневно, много раз в день. ... Если реклама — это род сновидения, то все следует понимать совершенно противоположным образом. Не реклама эксплуатирует человеческие чувства, а именно человек по-своему эксплуатирует рекламу, проецируя на нее свою овеществленную чувственность» (Тимофеева, 2004: 27).

О. Тимофеева была убеждена, что «реклама чувствует за нас, вместо нас и одновременно вместе с нами. Или иначе: мы чувствуем рекламой. Это новый орган чувств, возникший в результате естественной мутации в процессе становления человека телезрителем. Реклама объективирует переживание. ... Реклама — такая же объективная иллюзия, предоставленная для всех, но наслаждаемся мы ею поодиночке. Наш индивидуальный опыт подгоняется под единый образец, и не столь важно, коллективная это фантазия или нет. Дело лишь в том, что само индивидуальное как таковое является

иллюзией, привидевшейся коллективному бессознательному, которое есть такой сон, который — повторим это еще раз — нас смотрит. Весь рекламный мир в своей кричащей абсурдности — это такой сон, который видит наше коллективное бессознательное о нас как индивидуальностях, обладающих сознанием» (Тимофеева, 2004: 28).

Проблемы российского кино: социологический ракурс

Анализируя основные тенденции российского кино, созданного в XXI веке, киноведы А. Артюх и Д. Комм справедливо отмечали, что, благодаря государственной поддержке ежегодно стало сниматься больше сотни кинолет разных жанров, нацеленных и на семейную, и на молодежную аудитории. «Казалось бы, столь бурное развитие индустрии должно было сопровождаться разнообразием авторских идеологических матриц. Но происходит ровно обратное — фильмы так называемого русского мейнстрима чрезвычайно похожи один на другой. Такое впечатление, что в головы их авторов кем-то закладывается общая идеологическая схема. Например, среди фильмов о молодом герое не найдешь картин о рассерженной молодежи, охваченной идеей свободы — ни экзистенциальной, ни хотя бы сексуальной. Идет поток сказок, инфантильных историй о возможности чуда, которое только и может встряхнуть инертную, бесприютную жизнь. Фильмы как будто пытаются нам внушить, что хорошо бы найти волшебного помощника, который сможет выполнить самые сокровенные желания: привести к обеспеченному будущему, к большим деньгам или решить проблему с фигурой, которая мешает карьерному росту» (Артюх, 2008: 53).

При этом отличие такого рода «менеджмент-культуры от обычного буржуазного «глянца» заключается в том, что она направлена на молодежь. Идеальный менеджер всегда молод и бодр. Отсюда пристрастие к сказочности — ведь для сказки время и расстояния не имеют значения. Но эксплуатируются не любые сказки, а всего лишь одна: про Золушку» (Комм, 2008: 54). В то же время «менеджмент-культура — результат формирования буржуазных ценностей в России. Это не субкультура, не маргиналия магистральной культуры. Она завоевывает все сферы жизни, перепахивает сознание не только молодых, но и зрелых людей. Она поощряется властью, которая пытается связать общество в единую систему действия. Она представляется как успешный жизненный проект. Кино в этой ситуации становится не столько инструментом идеологии, как это было в советские времена, когда идеология спускалась сверху, сколько одной из эффективных технологий для планирования (менеджмента) жизни, основанного на гибкой системе запретов и принуждения, то есть на биополитической цензуре» (Артюх, 2008: 55).

В этом контексте К. Краснов писал, что хотя «пространство отечественного кинематографа необязательно подчинено правилам государственной идеологии, зато оно уж точно зависит от текущей конъюнктуры и зрительского спроса. В этой связи коммерческое российское кино практически не провокационно и совсем не оскорбительно, избавлено от потенциальных профанаций и остросоциальных тем. И все-таки приходится убеждаться, что даже такие «мягкие» по своему содержанию произведения неожиданно оказываются объектом противоречивых, а точнее, даже парадоксальных интерпретаций. ... Иллюзорный плюрализм в истолковании произведений искусства на деле дуалистичен, как и их функция: произведения являются либо продуктом потребления, либо инструментом политической пропаганды. Пожалуй, на рамках этого метанарратива можно и остановиться, потому что в идеологическом смысле коммерческие фильмы в российской индустрии тоже носят двойственный характер: они все в какой-то степени политизированы или «консьюмеричны» (Краснов, 2018: 83-84).

Политика и медиа

В XXI веке общий редакционный вектор журнала «Искусство кино» довольно резко качнулся (особенно после украинских событий 2014 года) в сторону оппозиции Власти. Одно из ярких свидетельств этому — публикация крайне политизированной, промайданной статьи Д. Десятерика (Десятерик, 2014: 38-49) и подобных ей текстов.

Литературовед и телеведущий А. Архангельский был убежден, что «политизация общества, как и художественной среды, в новых условиях неизбежна. Художнику придется определиться с отношением к базовым понятиям: свобода, государство, власть. ... Сегодня художнику предстоит решить для себя вопрос о свободе в условиях гораздо менее комфортных, чем пять и десять лет назад. Но без решения этого вопроса русская культура вообще никуда дальше не двинется» (Архангельский, 2014: 61).

Относительно украинских событий 2014 года и их отражении в российских медиа социолог Д. Дондурей писал, что способами форматирования смыслового пространства на ТВ стали: 1) контроль за повесткой дня (тема Украины стала абсолютно доминирующей на любых информационных платформах РФ при радикальном увеличении масштаба представляемого события (количества отводимого на это времени, величины и подробности сюжетов, их жанрового разнообразия); 2) практически одинаковый круг спикеров политических телевизионных ток-шоу (одни и те же 15-20 человек переходили с канала на канал, становясь общенациональными ораторами по поводу любой детали украинских событий, акцентируя их моральное и идеологическое отторжение по причине нелегитимности, национализма и антирусского вектора киевских властей); 3) однозначная интерпретация происходящего, опирающаяся на эмоциональное использование имперских архетипов и игнорирование экономических и политико-санкционных последствий вмешательства России в дела Украины (Дондурей, 2014: 29-31).

С последним утверждением Д. Дондурей, разумеется, можно поспорить, так как на ведущих каналах российского телевидения помимо, в самом деле, достаточно стабильной группы экспертов, отстаивающих пророссийскую позицию в условиях украинского кризиса, регулярно появлялись украинские и западные журналисты, эксперты, выражающие совершенно противоположные политические взгляды.

Социолог А. Бородин исследовала рейтинги украинской темы на российском ТВ (Бородин, 2014: 107-111) и обратила внимание читателей журнала на то, что в марте 2014 года выпуски новостей государственных телеканалов впервые за несколько лет стали самыми популярными передачами и в Москве, и в стране в целом (до 25 % национальной телеаудитории). При этом, такой ажиотаж вокруг информационных форматов был связан «исключительно с событиями на Украине и прежде всего с присоединением Крыма к России» (Бородин, 2014: 107).

В 2016 году социолог К. Богословская опубликовала статью, анализирувавшую результаты групповых дискуссий с российскими телезрителями (исследование проводилось весной 2015 года, было проведено девять фокус-групп в трех городах, по три в Москве, Ярославле, Иркутске, в исследовании участвовали мужчины и женщины 18-65 лет) с целью выяснения массового восприятия российско-украинских событий (Богословская, 2016: 59).

Проведенный социологический анализ позволил К. Богословской прийти к выводу, что доверие российских зрителей телевизионным сообщениям вызвано их стремлением вернуться:

- от разобщенности последних лет, когда каждый сам за себя, к единству, к ценностям доброты и взаимопомощи;
- от индивидуального успеха, позволяющего при определенных усилиях заработать на машину-квартиру-дачу, но мало чего дающего душе, к тому «общему», что продолжает дело отцов и дедов;
- от чувства «второсортности» России к ее первостепенности, к приумножению ее богатств; оно основано на глубинном ощущении русской географической масштабности и необозримости (Богословская, 2016: 66).

При этом К. Богословская подчеркивала, что ее «исследования на протяжении последних десяти-пятнадцати лет показывали огромный запрос населения на национальные идеалы, целостную идеологию и патриотизм» (Богословская, 2016: 68).

Что касается оценки массовой российской аудиторией украинских событий, то опросы в фокус-группах показали, что здесь было отмечено большое сходство с политической позицией, выраженной на российских федеральных каналах (Богословская, 2016: 66-67).

К. Богословская была уверена, что в России «успех телевизионного воздействия на большинство населения объясняется тем, что зрители испытывают чувство незащищенности и у них есть ощущение, что на них «напали» чуждой идеологией. Отсюда следует желание скрыться в «мощной державе» (Богословская, 2016: 68).

Оценивая те же политические события в социокультурном контексте А. Архангельский писал, что после событий на Майдане «российская система пропаганды с помощью медиа за короткий срок создала своеобразную третью реальность. Для попадания в нее даже не нужно включать воображение: достаточно включить телевизор», хотя «появление Интернета и как его следствие социальных сетей..., казалось, навсегда решило проблему дефицита и доступности информации» (Архангельский, 2016: 113).

К сожалению, далее в своей статье А. Архангельский представил эту медийную «третью реальность» крайне упрощенно, если не сказать примитивно, как «герметичную, самодостаточную устойчивую квазисистему представлений» (Архангельский, 2016: 114).

А. Архангельский полагал, что медийная «третья реальность» оказалась так привлекательна для большинства населения, так как возвращает массовую аудиторию «в комфортное (инфантильное) состояние», когда ради того чтобы иметь «цельную» и, главное, упрощенную картину мира, человек «готов пожертвовать реальностью. Официальная пропаганда предлагает мир, в котором не надо нести индивидуальную ответственность, налаживать непростой контакт с миром, а нужно, наоборот, ставить всё объясняющие барьеры. Человек передоверяет личную свободу государству — получая взамен иллюзию своей абсолютной правоты» (Архангельский, 2016: 115-116).

На наш взгляд, в данном случае А. Архангельский воспользовался апробированным веками манипуляционным приемом «фигуры умолчания», выдергивая Россию из мирового политического контекста и приписывая феномен «третьей реальности» исключительно российским медиа, тогда как у современных масс-медиа нет границ, и необходимая Власти «третья реальность» легко создается в любой стране нашей планеты, включая такие столь любимые либералами «оплоты демократии», как США и Европейский Союз. Последующие конфронтационные политические события, развернувшиеся в 2022 году, в очередной раз наглядно это доказали (хотя доказательств тому было огромное множество и в XX веке, и в первые два десятилетия века XXI).

Феномен Интернета и киберпространства

В связи с массовым приходом в Россию XXI века Интернета журнал «Искусство кино» стал регулярно публиковать теоретические статьи, посвященные этому феномену.

Еще в 2002 году Д. Голышко-Вольфсон обеспокоился тем, что «авторитарное владычество телекоммуникаций подтачивает и незримо упраздняет фактор мусора, фактор непреодолимого наносного барьера, затрудняющего и стопорящего коммуникативный обмен... Коммуникативное пространство, загроможденное спрессованным информационным мусором, его напластованиями и залежами, превращается в свалку помоечных информационных ферментов. ... Ультраскоростное перемещение информационных запасов по коммуникативным траекториям выводит из строя, расшатывает механизмы фильтрации, отбора и отсева мусора. В результате неотбракованные массы сведений мечутся и сталкиваются в коммуникативном поле, нивелируя друг друга, утрачивая показатели внятной, полноценной системы знания. Оседание, конденсация бросового вторсырья, остаточных «побрякушек» и «погремушек» информации, непригодных «антиков» преобразуют современное коммуникативное пространство в смазанную зону абсолютной неразличимости, чьи расплывчатые очертания и постоянно вибрирующие контуры можно обозначить каламбурной биркой «трэш-цивилизация». Современная трэш-цивилизация предполагает одновременно и прославление мусора как неподотчетной среды биоэнергетической свободы, и его поношение, представление его в виде жизненно опасной, негативной материи» (Голышко-Вольфсон, 2002: 87-88).

Спустя десять лет Д. Голышко-Вольфсон обратился к еще одной острой интернет-тематике: демотивации и мемов, подвернув, что «демотиваторы объединяются в тематические группы в зависимости от их идейной и содержательной направленности: появляются демотиваторы социальные, экологические, политические, лирические и непосредственно юмористические... Демотиваторы и прочие интернет-мемы в силу своей языковой природы чрезвычайно привязаны к тому локальному социально-политическому контексту, в котором они производятся... Интернет-мемы перестают быть занятыми шаржами или карикатурными откликами на реальность. Они претендуют обрести новую ролевую стратегию а именно, стать средствами не только документирования, но также искоренения социальных проблем и недостатков. ... Сегодня интернет-мемы и политические демотиваторы выражают новые этические установки и эстетические тенденции, формирующие «искусство протеста» и его социально-политические траектории. Интернет-мемы позволяют массам пользователей (объединенных общими протестными импульсами) ратовать за утверждение собственной политической истины на базе низовой демократии и сетевого взаимодействия, а также предаваться низовым (и подчас авангардным)

художественным практикам ради всестороннего социального реформирования» (Гольинко-Вольфсон, 2012: 92-93, 97).

Вместе с тем, несмотря на все «мусорные» и «демотивационные» проблемы, Интернет в XXI веке охватил уже примерно пятимиллиардную аудиторию планеты и продолжает ежегодно увеличивать свою аудиторию.

Между тем, В. Боксер резонно отметил, что в XXI веке интенсивное развитие Интернета, включая социальные сети, породило необоснованную убежденность, что «во всеилии и непобедимости фейсбуков и твиттеров, а сами сетевые технологии подавались как необратимое и универсальное противоядие против контроля социальных процессов и общественно значимой информации авторитарными и полуавторитарными режимами. Возникло убеждение, что в борьбе за умы такой устаревший инструмент промывания мозгов, как телевидение, безнадежно уступает Интернету и социальным сетям. Пусть по ящику показывают фейковые картинки «для бабушек», но на месте любых событий наверняка окажутся подлинные свидетели со смартфонами. Истинная картина тут же распространится по Фейсбуку, и вся интернет-аудитория узнает, как оно было на самом деле. А узнав, сделает надлежащие, прогрессивные выводы. Остается лишь потерпеть (совсем недолго!), когда аудитория телека останется в явном меньшинстве» (Боксер, 2015: 74).

Один из таких преждевременных и идеализированных подходов к роли медиа (включая Интернет) в обществе можно обнаружить в статье А. Качкаевой, в 2013 году утверждавшей, что «когда в руки миллиардов детей на Земле попадут планшетные компьютеры, то работа с ними постепенно полностью поменяет сам подход к познанию мира. Таким образом, цифровые технологии не только способствуют развитию самообучения, но и помогают формировать навык многозадачности, стимулируют самовыражение, трансформируют сами принципы поведения человека в современном мире. ... Всем уже очевидно, что у сетей появляется новая власть. Они способны связывать два мира, две традиционные и новые формы коммуникации, хотя такая связь опирается на уже сформировавшуюся практику взаимодействия и взаимодополнения двух моделей коммуникации. Но главное, что стоит непременно иметь в виду: именно социальные медиа — новые каналы коммуникации постепенно становятся основными драйверами перемен» (Качкаева, 2013: 94-95).

Однако В. Боксер весьма привел весьма доказательные аргументы о том, что приведенные выше «оптимистические» тезисы не более чем собрание мифов:

«Миф первый: Интернет и социальные сети способствуют продвижению промодернизационных ценностных установок и ускоряют процессы глобализации. На самом деле вся история человечества учит, что любое достижение прогресса используется в антимодернизационных целях столь же успешно, сколь и в модернизационных.

Миф второй: Интернет как таковой и особенно социальные сети — эффективные инструменты консолидации общественного мнения. Они способствуют интеграции взглядов через беспрепятственное и мгновенное распространение правдивой, нецензурированной информации. [Хотя на самом деле] предназначение сетей состоит не столько в способствовании интеграции/консолидации взглядов существенной части социума, сколько в возможности дифференциации по схожим признакам с последующей «склеивкой» сравнительно однородных виртуальных сообществ.

Миф третий: Интернет и социальные сети обеспечивают неограниченную свободу выбора источников информации, а значит, граждане будут склонны воспользоваться этим преимуществом и их выбор будет более рациональным и непредвзятым. На самом деле это банально противоречит законам маркетинга, психофизиологическим закономерностям восприятия и теории информации» (Боксер, 2015: 74-75).

Таким образом, телевидение и в XXI веке (особенно в российских условиях) в целом сохраняет свое влияние на массовую аудиторию (и на синхронизацию общественного мнения), в том числе и через трансляции своих передач в Интернете.

Теоретическая статья киноведа Е. Майзеля была посвящена одному из заметных явлений Интернета XXI века — Живому Журналу (ЖЖ).

Свой анализ этого феномена Е. Майзель начал с парадоксального тезиса, что Живой Журнал в эпоху своего взлета практически напоминал «коммунистическое пространство. В самом деле, исходя из определения коммунизма как общественно-экономической формации, основанной на общественной собственности на средства производства, не

имеющей деления на социальные классы, обходящейся без денег и реализующей принцип «от каждого по способностям — каждому по потребностям», трудно не заметить, что ЖЖ был именно таким местом. Местом, которое его жители сообща и добровольно строили, не получая за это никаких иных дивидендов, кроме удовольствия от результатов своей работы и возможности пользоваться ими в дальнейшем. За одним, повторимся, крохотным исключением — все это богатство (текстов, изображений, архивов, коммуникационных связей и т.д.) оставалось, тем не менее, в частной собственности. Что и было отмечено в Пользовательском соглашении, которое каждый юзер подписывал при регистрации» (Майзель, 2009: 137).

Как и в иных социальных сетях, в Живом Журнале «родился и вырос совершенно новый, уникальный тип русского человека — «блогер»... — это единица информационного (и «постинформационного») общества, получатель и передатчик (распространитель) «актуальной информации», тот самый receiver, который одновременно transmitter... Соблюдена и мобилизационная составляющая — поскольку популярный блогер ничем не уступает общественному лидеру по способности мобилизовать свою аудиторию (тем самым блестяще иллюстрируя глубокий кризис института представительной демократии в условиях общества спектакля)» (Майзель, 2009: 141). Но далее, чем больше реализовались «в ЖЖ идеальные признаки идеального СМИ (блогеры децентрализованы, неподконтрольны, мобильны и т.д.), тем очевиднее доминанция в нем аффекта над смыслом, а с ней и правота Бодрийара, задолго до всякого Интернета настаивавшего, что средства массовой информации не развивают, а уничтожают коммуникацию» (Майзель, 2009: 142).

И хотя в итоге Живой Журнал вскоре уступил в результате жесткой конкуренции иным социальным сетям, похожие тенденции можно отметить в любой из них, и первоначальные оптимистично-идеалистические трактовки соцсетей оказались иллюзорными, а сами соцсети во многом превратились в пространства жесткого политического противостояния, фейков и сетевого мусора.

В 2021 году Е. Майзель обратился к еще более яркому и влиятельному интернет-явлению: YouTube. Здесь Е. Майзель, наш взгляд, вполне обоснованно отметил, что за последние четверть века «Интернет изменился тоже, причем довольно сильно. Из пространства ученых, гиков и свободных художников, из среды, полной творчества, надежд и энтузиазма утвердить независимость киберпространства от государственного контроля..., интернет постепенно трансформировался в сферу, управляемую менеджерами, в глобальное — регламентированное, коммерциализированное и преимущественно просвечиваемое — продолжение оффлайна. ... Как и Facebook, YouTube, бывший в сего лишь модным стартапом для университетской публики, стал актуальным воплощением этой новой, полицейской/юридической/коммерческой модели интернета, прошедшего от первичного анархизма к обществу контроля, а ныне от общества контроля — к все более уверенной биополитике, персонализирующей под каждого пользователя новости, рекламу и фильмы. Стартовав как молодежная платформа для публикации и продвижения музыкальных видеоклипов и домашнего видео, сегодня YouTube не просто один из наиболее интенсивных центров мировой оцифровки, но и СМИ, уверенно конкурирующее с телевидением» (Майзель, 2021: 27).

Нельзя не согласиться с Е. Майзелем, когда он пишет о том, что в YouTube «корректировка подверглась и знаменитая пассивность кинозрителя, скопофила и вуайера, перверта, обездвиженного в затемненном кинозале. В YouTube-кинотеатре мы можем в любую минуту остановить просмотр, перемотать фильм, воспроизвести его в любую минуту количество раз, наконец, мы можем скачать видеофайл и подвергнуть его собственным манипуляциям и использованию с целью производства собственного кино. Из зрителя мы превращаемся почти в соавтора, в виджея, градус нашей неизбежной активной вовлеченности значительно выше, чем на традиционном кинопоказе» (Майзель, 2021: 29).

Вместе с тем, нам кажется пока преждевременным полагать (как это считают, например кинокритики С. Тарошина, 2020: 13-21 и К. Тараханова, 2018: 313), что к началу 2020-х интернет окончательно победил телевидение, так как туда вместе с рекламой уходят большие деньги, и там интернет-платформы выпускают самые обсуждаемые фильмы, включая «новую документалистику». На самом деле, телевидение в России пока утратило популярность лишь у относительно небольшого сегмента продвинутой (в основном — молодежной) аудитории, и в целом все еще превосходит Интернет по своему влиянию.

Вместе с тем, при всех достоинствах и недостатках Интернета, можно согласиться с мнением киноведа и культуролога К. Разлогова (1946-2021), что «приверженцы массовых коммуникаций и информационных скоростных дорог делают всемирное пространство еще более многоплановым, создавая технологическую основу для формирования культурных сообществ самого разного типа: от континентальных и национальных до региональных, социально-демографических, сексуальных и транслокальных» (Разлогов, 2006: 60).

Киновед А. Артюх одно из своих теоретических исследований посвятила проблеме киберпространства, подчеркивая, что «идея киберпространства разрушает дихотомию кибернетической технологии и человеческой сферы, поскольку каждый компьютер существует в консенсусе с нервной системой своего пользователя. Киберпространство — это и картинки на экране, и нервная система, напрямую подсоединенная к компьютерной сети; это знак тотального торжества технологии — глубоко интимной, благодаря биотехнологическим имплантам существующей не снаружи, а внутри тела и мозга. ... Трансуниверсальное бытие киберпространства расширяет, освобождает сознание подобно наркотикам. Оно предоставляет возможность мультивиления, гиперизмерений, феерического взгляда на вещи с различных точек зрения» (Артюх, 2002: 53).

Далее А. Артюх, на наш взгляд, вполне обоснованно писала, что «ограничивая фантастическую идею киберпространства понятием «глобальная информационная Сеть», юзеры пытаются освоить вновь открытые «неизвестные земли», используя самые продвинутые принципы колониальной политики. Экран компьютера превращается в подобие зеркального отражения общества позднего капитализма с его новой дигитальной экономикой, net-политикой... Для юзеров киберпространство — это не мир грез, а место создания фандомов и зеркало общества, которое его осваивает. ... Юзерская позиция — альтернатива романтическому мифу информационной эпохи, мифу о свободе информации, во многом обязанному первым хакерам, которых называли коллективными мечтателями о всеобщей компьютерной утопии. ... Позиция шаманская основывается на принципиально других законах. Шаманству чужда мысль о границах познания; именно вера в его беспредельность способствовала поиску знания в божественных откровениях, экстатических видениях, снах. Идея киберпространства как электронной галлюцинации органично вписалась в таинственные сферы, возможно, скрывающие тайное знание» (Артюх, 2003: 91-92).

В этом контексте А. Артюх писала, что «кинематограф техномистицизма как раз и отзывается на дигитальную эзотерику. Здесь режиссеры работают, используя мотивы и матрицы различных мифологий, конструируя некий универсальный мифический образ современного мира high-tech. Это конструирование сопровождается поиском способов обновления мифопоэтического языка, а также новой редакцией понятия «мистический опыт», который теперь трактуется как своего рода опыт технологический. 60—70-е годы также сопровождалось взрывом мистического кино в Европе и в США, однако современная кинотехномистика ориентируется на иные способы визионерства на основе новых технологий. В отличие от предыдущего поколения киномистиков, искавшего возможности реальности с помощью оккультных методов и ритуалов на основе триады душа-природа-космос, современные техномистики выстраивают визионерский опыт на другой триаде — психо-био-техно, которая вписывается в постгуманистическую или киборгианскую парадигму» (Артюх, 2003: 94).

Теоретические статьи о зарубежном кино

В XXI веке журнал «Искусство кино» посвятил зарубежной тематике рекордное количество материалов, однако это были в основном рецензии на зарубежные фильмы и обзоры международных кинофестивалей. Теоретических статей о зарубежном кино было немного.

В 2007 году А. Артюх обратилась к проблеме *film noir*, напоминая читателям журнала, что появление этого киностила обозначила серия «мрачных фильмов, выдержанных не столько в канонах полицейского или гангстерского жанров, сколько предлагающих «новые криминальные приключения» или «новую криминальную психологию». Странность, эротичность, кошмар, жестокость, амбивалентность — вот ключевые слова, которые уже тогда были найдены для американских нуаров. События большей части из них закручивались вокруг убийства. Подспудная одержимость смертью или динамизм жестокой смерти находили в нуарах свои впечатляющие визуальные решения» (Артюх, 2007: 94).

Можно согласиться с тем, что при этом «рок или судьба, разбивающая планы героев быстрее, чем могла бы их разбить полиция, в нуарах значили очень много. Моральный детерминизм, ведущий к расплате, включался сразу же, как только главный герой совершал один неверный шаг — чаще всего попадал под чары роковой женщины или (что значило почти то же самое) брался выполнить задание какого-нибудь вздорного богача, чтобы заработать деньги и уехать далеко-далеко с возлюбленной красавицей. То, что это шаг роковой, герои понимали не сразу. А когда понимали, ничего уже сделать не могли» (Артюх, 2007: 94-95).

Очень точно была обозначена А. Артюх и главная героиня классического *film noir* — женщина, воплощающая фантазии и наваждения, которая боролась «за свое место под солнцем, считая, что для этого все средства хороши. Мужчина являлся для женщин нуара средством для достижения своей цели: будь то какой-нибудь пожилой богач, за которого они обычно выходили замуж, или молодой герой, чьими руками они стремились устранить богатого супруга как препятствие на пути к долгожданной независимости. Треугольник здесь — принципиальная форма взаимоотношения характеров» (Артюх, 2007: 97-98).

А. Артюх была абсолютно права в том, что «безнадежность, отчуждение, клаустрофобия, чувство фатализма — ключевые слова для нуара. На все это в числе прочего работает черно-белая, почти графическая стилистика фильмов, создающая то, что можно назвать *noir-look*... Любимый прием нуара — половинное освещение лица главного героя, создающее эффект столкновения света и темноты, который можно трактовать как визуальное воплощение вечных моральных дилемм. Нуар любит ночные улицы, игру теней на стенах полуосвещенных комнат и вслед за немецким экспрессионизмом (еще одним предшественником нуара) предпочитает горизонтальным линиям вертикальные. ... Общим для нуаров, к примеру, была техника освещения *low-key*, при которой фигуры актеров одновременно освещались сильными лучами сверху, что создавало черные тени, и мягким, рассеянным светом спереди (источник ставился перед камерой), что позволяло еще больше акцентировать тени, заполнить их, сделать более контрастными и выразительными. Таким образом техника *low-key* сталкивала свет и темноту, затемняла лица, помещение, городской ландшафт и создавала эффект таинственности, неизвестности, опасности. Варьирование верхнего освещения (оно может быть под углом 45 градусов или может помещаться за спину актеров), равно как и устранение переднего света (что создает участок темноты), давало разные возможности освещения. ... Излюбленная техника нуаров — глубокий фокус и съемка широкоугольным объективом при интенсивном освещении — позволяет «растянуть» кадр, создать многофигурные композиции и избежать монтажа «восьмеркой» при диалогах» (Артюх, 2007: 98-99). Воспринимая *film noir* в большей степени как стиль, а не жанр, А. Артюх отмечала, что нуар и в XXII веке продолжает удивлять своими новыми трансформациями.

Также анализируя *film noir*, культуролог Я. Лурье отмечал, что в них «акты разрушения и насилия... эстетизируются и приобретают мрачную, но крайне изысканную романтическую окраску. Сцены убийства как пример высшей ступени деструкции по степени изощренности визуальных приемов часто воспринимаются как отдельные красочные шоу-стопперы... Нуар можно рассматривать как пример кризиса общественных принципов, пространство, где они не работают, извращаются. Ключевые для американской идеологии идеи свободы выбора и мечты об успехе в нуарах подвергаются циничной расправе: планы не срабатывают, а любой выбор ведет к неверным шагам или смерти. Герои и сюжеты фильмов воплощают в себе хайдеггеровскую идею «бытия к смерти», в контексте которой смерть — сама по себе возможность, которая делает все остальные возможности невозможными, обнажает ничтожность любого проекта. На земле возможностей ни одна возможность не реализуется, а человек, сделавший сам себя (*self-made man*), становится человеком, самого себя уничтожившим» (Лурье, 2013: 100-102).

В этой связи киновед Д. Комм резонно писал, что «американский нуар, французский поляр или итальянское *giallo*, являются и не жанрами вовсе, а лишь разными стилями внутри одного жанра: криминального фильма, триллера. И в самом деле, если сравнить типичные образцы нуара и *giallo*, окажется, что на уровне жанровой формулы они не так уж и отличаются: жестокое убийство, частный или полицейский сыщик, его расследующий, красивая и таинственная женщина, нередко оказывающаяся преступницей, неожиданная и шокирующая разгадка и т.д. Но стилистическая разница колоссальна, и благодаря ей никто

никогда не перепугает нуар и giallo. В данном случае стиль определяет жанр» (Комм, 2009: 85).

В 2010 году А. Артюх обратилась к Голливуду эпохи формирования конгломератов киномедиаиндустрии и выделяет здесь два основных направления: «одно пытается выдерживать модель традиционных зрелищных блокбастеров, адресованных всем и делающих ставку на простые сюжеты, мощные спецэффекты и сопутствующие возможности франшизы... Второе активно осваивает сложные, элитарные темы и необычную визуальную эстетику, в том числе компьютерных игр... Вступающие в конкуренцию с традиционными хитами артифицированные блокбастеры... отстаивают идею «кино для избранных». В пику концепции «Голливуд для всей планеты» они возвращают идею сегментирования аудитории» (Артюх, 2010: 86).

Как мы хорошо помним, в советские времена в статьях кинокритиков и киноведов в журнале «Искусство кино», касающихся зарубежного кинематографа, речь шла в основном о «высоких жанрах» и выдающихся «прогрессивных мастерах» киноискусства. О *film noir* и giallo, например, журнал если и писал, то мимоходом, пренебрежительно, в разоблачающем «деградацию буржуазного кино» негативном ключе.

В журнале «Искусство кино» XXI века «низкие жанры» стали предметом анализа многочисленных статей. А киновед Д. Комм, к примеру, стал последовательным исследователем когда-то презируемого советским киноведением giallo и фильмов ужасов (Комм, 2001: 83-90; 98-107; 2003: 108-115; 2004: 101-105; 2006: 71-81; 2008: 69-79).

Еще в 2001 году Д. Комм определил кинематографическую «технология страха» как «сложный комплекс драматургических, стилистических, технических приемов, предполагающий постоянное экспериментирование с языком повествования, психологией восприятия, использованием архетипов и мифов массового сознания. Именно наличие этого механизма, а вовсе не присутствие актуального предмета страха, в конечном счете обеспечивает жанровую идентификацию произведения как фильма ужасов. ... технологии страха... должна преодолеть локализацию предмета страха, разрушить его границы и высвободить заключенный в нем базовый страх. Заставить зрителя увидеть то, что нельзя показать, хотя бы на секунду выпустить на экран энергию хаоса — вот сверхзадача любого фильма ужасов, не важно, осознают это его создатели или нет. Только в этом случае возможно эстетическое переживание страха, с которым и связано рождение хоррора как авторского произведения» (Комм, 2001: 98-99).

Анализируя десятки фильмов, которые в том или ином смысле можно отнести к giallo, Д. Комм приходил к вполне логичному выводу, что «по структуре повествования giallo напоминает порнофильм. В картинах такого рода проходные сцены, служащие для развития сюжета и не несущие принципиальной смысловой нагрузки, чередуются с собственно актами любви, когда действие замирает, а главным содержанием фильма оказывается хореография плоти. Тот же принцип наблюдается и в giallo: нарративные сцены лишь служат основанием для демонстрации самодостаточных шоу — убийств. ... Если структурно gialli схожи с порнофильмами, то показ убийств в них вызывает ассоциации с модным шоу. Женское тело в этих сценах фетишизируется, выступая объектом извращенной фантазии маньяка — режиссера — зрителя. То, как одета жертва, как падает свет на ее извивающееся в агонии тело и как вписывается ее труп в причудливый орнамент кадра, здесь значит гораздо больше, чем любые психологические мотивировки поведения убийцы и жертвы. Это бесконечно далеко от Хичкока с его «любовными убийствами». В giallo жертва фактически является моделью в сюрреалистическом акте творчества-убийства, который вершит на экране художник-маньяк. Труп — идеальный в своей завершенности объект приложения творческой фантазии убийцы, его произведение искусства, своеобразный артефакт» (Комм, 2001: 103).

Обращаясь к фильмам ужасов, Д. Комм отмечал, что современный horror — причудливое явление. Постоянно мимикрирующий, заимствующий формулы и приемы других жанров, он имеет мало общего с тем, что было принято понимать под хоррором еще тридцать лет назад, не говоря уже о статичных и созданных по единым канонам «монстр-сториз» «золотого века» Голливуда. Внутри самого жанра не существует внятной иерархии... Фильм ужасов действительно консервативен — в том смысле, что тесно связан с господствующей культурно-религиозной традицией, ее символами, мифологией и мистическими представлениями. Размывание этих представлений, их смешение с иной

культурной традицией всякий раз ставит хоррор в кризисную ситуацию, заставляя радикально пересматривать основы жанра (Комм, 2003: 108, 112).

Д. Комм был убежден, что «мультикультурализм — главный враг фильма ужасов. В ситуации сосуществования различных, часто взаимоисключающих одна другую религиозных практик и мифологических систем каждая из них лишается претензий на универсальность, превращается в одну из многих «пропаганд», борющихся за выживание. Соответственно, теряют четкие очертания представления о природе зла и методах противодействия ему, без которых фильм ужасов просто немыслим» (Комм, 2003: 112).

В 2006 году Д. Комм, анализируя так называемую киногоотику, писал, что «готический стиль, немыслимый без галлюцинаций и грез наяву, пришелся по вкусу адептам эзотерической революции..., а приверженцы революции сексуальной активно использовали способность готики облекать запретные темы в фантастическую упаковку. Они же и дискредитировали этот жанр в 70-е, когда победившая сексуальная революция изгнала из кинематографа дух романтизма, и готические (только по названию) фильмы превратились в площадки для демонстрации сцен извращенного секса. ... Результатом этих процессов становится исчезновение готики с экранов в эпоху рейгановского консерватизма — как морально устаревшей и идеологически сомнительной» (Комм, 2006: 76), и только Фрэнсис Форд Coppola фильмом «Дракула Брэма Стокера», снятым в 1992 году, обозначил этап неоготики...

В своей приверженности к «низким жанрам» Д. Комм был настолько последовательным, что в 2012 году пришел к весьма радикальному выводу, что «когда кино оказалось зажато между Сциллой и Харибдой, то есть между маркетингово ориентированной, просчитанной и предсказуемой концепцией голливудского блокбастера и безответственной, шарлатанской продукцией «артхауса», только шоустопперы остаются маленькими островками творчества, на которых еще может иметь место воплощение оригинальных художественных идей. И поскольку шоустопперы принадлежат исключительно жанровому кино, это приводит нас к неизбежному выводу, что на сегодня реализация подлинного авторского потенциала возможна только в жанровых произведениях» (Комм, 2012: 123).

Статья социолога Е. Давыдовой была посвящена семиотике эротики в американском кинематографе, где она отмечала, что «сколько бы ни отличалось священное голливудское чудовище от своей публики, оно, как и всякий идол, есть гигантская проекция ее желаний, фантазий и страхов. Эротические иконы 50-х характеризуются странной, почти шизоидной двойственностью. С одной стороны, они одержимые сексом невротические продукты цензурного подавления, с другой — предчувствие и предсказание сексуальной революции, которой свингующие 60-е скоро потрясут мир» (Давыдова, 2001: 82).

При этом Е. Давыдова высказывала обоснованное мнение, что «вопреки распространенному в феминистской кинокритике постулату о том, что взгляд камеры — это всегда мужской взгляд, имеющий в виду женщину как сексуальный объект, кинематограф с первых своих шагов доказывал обратное, в равной мере соблазняя как женской, так и мужской эротикой. Соблазнитель никогда не исчезал с экрана. На то он и соблазнитель, что привлекаете традиционными мужскими качествами, но красотой только. ... Эротика — единственное действенное оружие соблазнителя, независимо от того, обладает ли он властью, занимает ли высокое социальное положение и имеет ли цель за пределами удовлетворения собственных желаний. Точнее, красота в этом случае и есть власть» (Давыдова, 2001: 86).

Зато потом, как считал культуролог Д. Голышко-Вольфсон, возникло «постмодернистское видение амбивалентной сексуальности с обязательным ироническим ускользанием от предмета влечения, с карнавальным сменой культурных масок, с пародийными цитатами и театрализованной бутафорией», а в XXI веке на экране возникла «новая интимность», где «ролевая инверсия мужского/женского... становится неизменным лейтмотивом. Имидж расчетливого соблазнителя переходит к женщине, а мужчине достается удел недоступного нарцисса, объекта длительного завоевания... или минутной игрушки прихотливого вожделения» (Голышко-Вольфсон, 2003: 98).

Теме кинематографического секса была посвящена и статья Б. Локшина, в которой он напомнил, что «сексуальная революция 60-х обещала всеобщую сексуальную свободу, а закончилась свободно распространяемой порнографией. Капитализм переварил

сексуальную революцию, упаковал ее в коммерческую обертку, а продает оптом и в розницу. Что же касается сексуального подавления, то охваченные параноидальным страхом перед изнасилованиями американские университеты стали требовать, чтобы студенты перед тем, как заняться сексом, брали друг у друга письменные разрешения. Революция заканчивается реакцией. Сексуальная вседозволенность оборачивается сексуальными репрессиями» (Локшин, 2017: 190).

Несколько теоретических статей авторов журнала «Искусство кино» в XXI веке были посвящены кинокомиксам (Бектемиров, 2019: 36-44; Голышко-Вольфсон, 2003: 100-107; Гореликов, 2019: 20-28; Логинова, 2019: 239-247; Спутницкая, 2019: 232-238; Хитров, 2019: 228-231; Цыркун, 2010: 131-137; 2012: 124-135; Шорохова, 2019: 29-35).

Д. Голышко-Вольфсон полагал, что «в 90-е годы постепенное вытеснение комиксов с вершин массовой культуры совпало с уверенным выходом на авансцену постмодернистского жанра кинокомикса, нередко высмеивающего сами канонизированные приемы комиковой штамповки. Кинематограф заимствовал у комикса его манеру преподносить сказочно-кукольную реальность в ностальгическом ключе, его условную декоративность и манекенную психосматику персонажей» (Голышко-Вольфсон, 2003: 102).

При этом, как считал Д. Голышко-Вольфсон, комикс в кинематографе «выступает законодателем морально-этического кодекса строителя либеральной демократии. В эпицентре его сюжетов всегда заложена апокалиптически-космогоническая битва между неутомимым апологетом гуманистической справедливости (в быту застенчивым школяром ши денди-джентльменом) и распоясавшимся монстром, персонифицирующим исчадие тоталитарного Зла. ... Прибегая к «атласу» психотических типов и поведенческих патологий, ... персонажей комиксов уместнее всего включить в графу «шизоид-аутист» — отсюда их анахоретство и отрешенность от мирской прагматики, отсюда путаница их социально-символических амплуа. Они извечно и полярно раздроблены на человеческую и нечеловеческую аватару, что проявляется в их маскарадно бутафорском гардеробе и в недюжинном таланте днем отыгрывать тривиально респектабельный жизненный сценарий, а ночью перевоплощаться в эластичные и демонические «призраки мщеника» (Голышко-Вольфсон, 2003: 105-106).

Кинокритик А. Гореликов напоминал читателям, что «образ шута, трикстера, Арлекина – один из ключевых для мировой культуры. ... Анализ архетипа может завести в дурную бесконечность, но, по крайней мере, нужно отметить, что Джокер-шут связан с трансгрессией, переходным состоянием, карнавальным пространством, где все становится с ног на голову и отменяются законы. Оттого даже в самом добром клоуне заложена потенция ужаса и есть элемент дьявольской двусмысленности» (Гореликов, 2019: 21).

Киновед Н. Цыркун, на наш взгляд, верно отметила, что в кинокомиксах «даже постаревший и погрузневший Бэтмен продолжает быть любимым героем, потому что в нем по-прежнему почитатели так или иначе видят собственное отражение. Они видят в нем, в отличие от Супермена, человека и идентифицируют себя с ним, на его примере учатся справляться с собственной раздвоенностью, растроенностью и т.д. ... Ситуация постмодерна требует от людей такого рода защиты чуть ли не ежеминутно, и в этом смысле терапевтическая функция комиксов уникальна» (Цыркун, 2012: 134).

Продолжая исследование жанров, в советские времена считавшихся низкими и недостойными внимания киноведения, журнал «Искусство кино» в XXI веке чрезвычайно серьезно и научно обоснованно писал о фильмах про зомби (Архипова, 2019: 146-151; Санданов, 2011: 53-62) и вампиров (Кушнарцева, 2012: 136-141), о грайндхаусе (Павлов, 2013: 61-70), кэмпе (Цыркун, 2013: 55-60) и «вульгарном авторстве» (Павлов, 2013: 54-63) в кино.

Киновед А. Санданов, анализируя киноистории о зомби, делал смелый, но, на наш взгляд, весьма спорный вывод о том, что «именно подгнившие и безмозглые кадавры помогают современному человеку посмотреть со стороны на свои неуверенность и страхи» (Санданов, 2011: 53).

Далее А. Санданов переходил к подробной систематизации зомби-тематики, утверждая, что 1) в отличие от прежних монстров, зомби апокалиптичны. Любой другой монстр является локальным возмущением в нормальной картине мироздания. ... Сама концепция современного зомби подразумевает повсеместность и необратимость его присутствия; 2) зомби-фильмы не ограничиваются эксплуатацией базовых животных страхов. «Зомби-апокалипсис задействует комплекс актуальных тревог, порожденных

избытком неопределенности. Это не просто страхи, а неразрешаемые информационные противоречия: страх глобальной катастрофы в любом виде...; страх микробов, эпидемий, радиации, «химии»...; страх перед чуждыми, непостижимыми культурами...; страх перед иррациональным насилием, уличной преступностью; страх ксенофобии, расизма и других предрассудков; страхи своего и чужого сумасшествия, нонконформизма...; страх конформности...; религиозный страх перед воздаянием...; страх дестабилизации общества, анархии, беспомощности правительства перед глобальными вызовами; зависимость индивида от инфраструктуры цивилизации, отсутствие контроля над своей жизнью, страх государственного насилия...» (Санданов, 2011: 55-56).

Таким образом, фильмы «классической» зомби-модели, служат, с одной стороны, для игрового проживания актуальных «апокалиптических» страхов, снятия неопределенности, а с другой они эффективны в качестве сырья для становления идентичности через идентификацию с заведомо несовершенными героями. ... Поэтому терапевтическая функция фильма не только и не столько в показе страхов их преодоления. Это «тренировка» новой идентичности. Мобильной, максимально открытой и минимально обремененной заумными моделями поведения и самоидентификации» (Санданов, 2011: 62).

На наш взгляд, статья А. Санданов представляет собой яркий образец, когда под любой трэш можно при сильном желании подвести «глубочайшую научную базу», на поверку не имеющую (почти) никакого отношения к основной массе примитивных лент о зомби.

В этом смысле А. Павлов был более сдержан, пытаясь осмыслить еще одно явление «низких жанров» — Grindhouse. В частности, он отметил, что «с одной стороны, грайндхаус — это *sexploitation*-фильмы самых разных жанров — от пошлых комедий, странных мелодрам, легкой эротики и жесткой порнографии; с другой — ужасы различных оттенков и фильмы табуированной тематики. Другим типом грайндхаусного кино стали ленты, именуемые *blaxploitation*. Еще одной популярной темой эксплуатационного кино стали «нацисты и все возможные злодеяния и извращения, которые им можно было приписать *nazploitation*. Примерно на ту же тему, только без нацистов, были картины категории «женщины за решеткой» можно говорить о возрождении грайндхауса и в постмодернистском ключе. В отличие от фильмов-римейков здесь делается упор на сознательную стилизацию и иронию по отношению к наследию грайндхауса» (Павлов, 2013: 64).

В далекие 1980-е киновед Н. Цыркун с удовольствием критиковала и разоблачала «разрушение разума» в буржуазном кинематографе (Цыркун, 1986). Но в XXI веке на страницах журнала «Искусство кино» она уже абсолютно серьезно и с подчеркнутым научным пиететом анализировала западные кинокомиксы и кэмп и квир. К примеру, она весьма глубокомысленно писала о том, что «квир-теория, существующая в различных формах, независимо оттого, включать ее в зонтичное понятие «кэмп» или нет, тем не менее применима как объяснительная рамка «бытия иных» в самых разных аспектах, когда речь идет об исследовании инаковости или многообразия, как критика жестких рамок идентичности, а также и как инструмент для осмысления (и деконструкции) механизмов власти. В частности, исторически сложившейся системы властных отношений, утверждающей доминирование гетеросексуальности над всеми иными формами сексуальности, то есть гетеросексистской культурной матрицы как одного из вариантов тоталитарного диктата» (Цыркун, 2013: 60).

А. Павлов напоминал, что «вульгарное авторского кино» обычно игнорируются критиками из-за якобы откровенно низкого интеллектуального уровня их картин. Считается также, что неприятие этих «авторов» со стороны критики может заключаться в личной антипатии к насилию, которое проповедуют «вульгарные режиссеры». Что очень важно, почти всегда это насилие не смягчается иронией, а если подается как «веселое», то все равно, как правило, отталкивает тех, кто привык смотреть более «взвешенные ленты». Сторонники «вульгаризма» стремятся найти высокое искусство там, где его до сих пор якобы не было принято искать» (Павлов, 2013: 56). А далее делал парадоксальный вывод, что «в итоге сторонники «вульгарного авторского кино» возвращают концепт авторства в более широкие сферы культуры, пытаясь не ограничивать обсуждение дискуссиями о феминизме, расе и квир-культуре. ... Таким образом, в новом феномене скрыто гораздо больше, чем кажется на первый взгляд. И каким бы уязвимым понятие ни было, к нему необходимо относиться всерьез и, возможно, с симпатией» (Павлов, 2013: 56, 63).

Разумеется, в XXI веке журнал «Искусство кино» не мог пройти мимо подробного анализа экранизаций романов о Гарри Поттере (Голышко-Вольфсон, 2002: 65-71), феноменов франшизы «Истории игрушек» (Луговой, 2020: 188-201) и сериала «Игра престолов» (Майзель, 2019: 281-289). В очередной раз журнал обратился и к франшизе о Джеймсе Бонде (Брилева, Брилев, 2021: 231-237; Карцев, 2021: 240-251; Фомочкин, 2021: 211-230). Массовый успех этих медиатекстов позволил авторам «Искусства кино» вдоволь поупражняться по части психоанализа, наукообразных формулировок и многозначительных выводов.

Здесь Д. Голышко-Вольфсон полагал, что романам и экранизациям про приключения Гарри Поттера «удалось выверенно и эластично подстроиться под господствующий сейчас неосентиментальный идеологический тренд... Кроме того, «ГП» довелось стать оптимальным выразителем новой идеологической «истины» о человеке: волшебником, колдуном, мистагомом и вообще сверхъестественным созданием современному человеку сделаться несложно и незазорно, стоит только удостовериться, что армады кукольно-картонной гламурной нечисти разлетаются и лопаются по мановению самой «обыкновенной» волшебной палочки» (Голышко-Вольфсон, 2002: 66).

А киновед Е. Майзель писал, что «несмотря на фундаментальную и неотменяемую связь медиафраншиз с литературой..., в процессе создания и запуска франшизы ключевым становится не искусство рассказа и не мастерство проведения шоу, но то, что исследователи называют *trans media world building* – «трансмедийное строительство [вымышленных] миров» (Дэн Хесслер-Форест). Звучит грандиозно, а на деле означает, что предыдущие художественные формы (романы и сериалы) – в полном соответствии с пророчествами идеологов постмодернизма – сменила не новая актуальная форма, а производственная концессия, объединяющая и адаптирующая любые художественные формы, прежние и новые, с той же равнодушной эффективностью («ничего личного»), с какой капитал невозмутимо превращает в самого себя все, к чему прикасается. Не имея этого в виду, невинная практика франчайзинга открывает нам довольно чудовищную правду о тотальной конвергенции этого мира, отрицающей любую отдельно взятую ценность путем помещения ее в некий общий рыночный реестр» (Майзель, 2019: 283).

Далее Е. Майзель, на наш взгляд, верно подметил, что на примере «Игры престолов» можно отметить и такую тенденцию, как резко возросшую роль фанатов франшиз: «привычное явление нашей повседневности, фанаты в последние десятилетия оказались в центре внимания. Из ранее презираемых городских сумасшедших с примесью мазохизма они превратились в почтенных евангелистов, активно соучаствующих в создании фэнтезийных, супергеройских и прочих вселенных Большого Голливуда. Такие гиганты, как Fox или Disney, заключают с ними соглашения и задабривают эксклюзивом, а теоретики пытаются разглядеть через лупу: кто такие? поклонники? энтузиасты? культисты (*cultists*)? Но кем бы они ни были, парадоксальное существование фанатов определяется тем, что их потребление совпадает с производимым ими же нематериальным трудом, каковой и есть основа постфордизма. Получается нечто вроде асимметричного симбиоза между производителем и потребителем. В любом случае именно благодаря чувствам и преданности фанатов бренд утверждает свою подлинность, аутентичность и, в конечном счете, ценность» (Майзель, 2019: 284).

Обращаясь к истории «бондианы», переводчик и кинокритик П. Карцев писал, что создатель образа Джеймса Бонда – писатель Ян Флеминг «создал литературного героя, принципиальное качество и условие существования которого заключается в необходимости быть одиночкой, в том числе потому, что любой контакт с ним деструктивен. Основная динамика его образа – изначально невозможная, обреченная попытка разделить это одиночество с кем-то противоположным и в то же время идентичным ему самому; он же противостоит себе, вооруженный большим пистолетом и непогрешимой способностью выбирать в партнерши вероломных или обреченных женщин. Его внутренний психологический конфликт – как, по правде сказать, любой психологический конфликт – неразрешим, но через юнговскую трансцендентную функцию, допускающую интеграцию разнонаправленных желаний, и с помощью изначально фальшивой технологии запечатления теней и света на целлулоидной пленке, предназначенный в ритуальную жертву темной матери герой-одиночка становится достоянием всего мира и обретает

спасение в бесконечной возобновляемости жизнеутверждающего творческого акта» (Карцев, 2021: 351).

В этом контексте О. и А. Брилевы обращали внимание читателей журнала, что «при всей сомнительности эстетической и воспитательной ценности Бонда-персонажа он великолепно выполняет функцию, о которой учебники литературоведения обычно даже не упоминают: ритуальную. Строгая формульность сюжетов о Бонде почти точно совпадает с тем, что Владимир Пропп описывает в «Морфологии волшебной сказки»: герою дают поручение исправить некую беду, он пересекает символическую границу между миром живых и миром мертвых, получает волшебные дары и проводника (как правило, женщину), подвергается испытаниям, вступает в противоборство с чудовищем (многие злодеи бондианы откровенные монстры), получает метку (рану или опознавательное средство), побеждает и возвращается в мир живых. В чем суть этого странствия? Это описание первобытного обряда инициации, в ходе которого человек символически умирал и возрождался в новом статусе. Прохождение вместе с героем всех стадий испытаний как раз и дает аудитории чувство обновления, перезагрузки. Но для этого формула ритуала должна быть соблюдена с минимальными отклонениями. Шпион в нашем мире – аналог шамана в мире первобытном. Он существует на границах миров, опасный и таинственный, пугающий и необходимый. Его способность в любой момент обернуться зверем, мертвецом, чужаком, врагом отталкивает от него и в то же время привлекает. Для него допустимы вещи, неприемлемые для прочих членов социума: ему дозволено лгать, убивать, красть, соприкоснуться с ритуально нечистым. Он нужен племени как врата в Иное – но врата, чтобы удерживать Иное за порогом, должны с ним соприкоснуться. Поэтому шаман не может жить среди людей, он обитает на отшибе, не имеет семьи, не участвует в повседневных делах народа. Он орудие воли племени, но не часть его. Но при смене общественной формации образ шамана сливается с образом воина. Так на свет появляется герой – победитель чудовищ, нередко сам получудовище, но и полубог. ... Да, речь об Одиссее, «многоумном Улиссе» (Брилева, Брилев, 2021: 234-235).

Одна из статей киноведа Е. Майзеля была посвящена истории американского андерграунда через призму теоретических трудов Т. Адорно (1903-1969).

Е. Майзель делал обоснованный вывод, что «около тридцати лет американский андерграунд, сопротивляясь стандартам коммерческого кинематографа, осуществлял нечто вроде всесторонней «негативной диалектики» кино (терминология Адорно). Эта негативная диалектика была достигнута: 1) эстетически – через развитие любых форм, кроме реализма – этого дискурса власти, пропитанного ложью и чреватого ложью уже на стадии осуществления мнимого мимесиса; 2) экономически – через отказ участвовать в борьбе за народную любовь, через добровольный выбор далеко не самых доступных широкому зрителю и не самых «оборотистых» направлений, через отказ превращать и кино, и искусство в рыночный товар; 3) политически – через свободомыслие и игнорирование цензурных ограничений, через независимость от массмедиа и недоверие к миру потребления, через презрение к власти, к капиталу и его манипуляциям под видом культурной и образовательной экспансии; 4) этически – предпочитая личное без личному, частное массовому, искусство – индустрии, а честное исследование – манипулятивной зрелищности. Все вместе это характеризует американский андерграунд – и некоммерческую авангардную практику вообще – как своего рода исключение из правил, как антидот, обезвреживающий зло, заложенное в кинематографе самой его магической природой; как обратную сторону кинематографа, обнаруживающую его способность быть эстетически неоскорбительным, экономически некоррупционным, этически несомнительным, политически нереакционным» (Майзель, 2021: 68).

Разышляя о религиозной теме в голливудском кино, кинокритик Н. Сирилья отмечала, что «христианство сегодня для массового сознания – лишь некий набор общепризнанных этических норм и гуманистических принципов, метафора абстрактного человеколюбия. При этом в своих представлениях о Высшем как источнике сомнительной силы и несомненной угрозы человеческому существованию современная цивилизация не так уж далека от язычества. И выходит, что на уровне антропологии мы существуем уже как бы в постхристианскую эру: «Бог умер». И, следуя Его заветам, люди должны сами спасать друг друга (или, как раньше говорили: «Человек произошел от обезьяны, так возлюбим друг друга!»). А на уровне смутных, плохо артикулированных религиозных ощущений – в

дохристианскую и даже, может быть, добиблейскую. Цивилизация с таким внутренним разрывом в представлениях о Боге и о человеке нормально существовать не может, она все время впадает в какую-то шизофрению, когда человеколюбие неминуемо оборачивается насилием, а попытки собрать, объединить и устроить мир делают все более реальным его разрушение. Может, с этим и связано навязчивое ожидание неминуемого конца?» (Сиривля, 2001: 93).

Один из номеров журнала «Искусство кино» в 2021 году был посвящен медиаарту, видеоарту и аудиовизуальному авангарду (преимущественно – зарубежному).

Искусствовед А. Краснослободцева напоминала, что «исторически видеоарт – искусство сопротивления. С момента рождения более шестидесяти лет назад видеоарт вплотную начал работать с социальной проблематикой, критикой массмедиа, иллюзионистского кинематографа, общества потребления, осмыслял политические события, был важнейшим инструментом в феминистской борьбе. Видеоарт позволяет моментально фиксировать события, не ограничивая себя во времени, оперативно и без большой команды узких профессионалов редактировать изображения, создавать многослойные высказывания с разноформатными комментариями» (Краснослободцева, 2021: 160).

Искусствовед Т. Фадеева писала, что «медиаарт предлагает нам уникальный опыт – опыт «расширения» себя через ощущения, свидетельствующие о новых, непривычных гранях реальности, – чтобы мы вышли за рамки привычного автоматизма восприятия. Как постмодернистский субъект Делёза и Гваттари, «рождающийся из состояний, которые он потребляет, и перерождающийся с каждым состоянием». ... Таким образом, медиаискусство можно рассматривать как аппарат порождения «расширений» нашего чувственного интерфейса, транзитных зон и даже паректазисов, причем аппарат постоянно совершенствующийся, модернизирующийся» (Фадеева, 2021: 49).

Специалист в области медиаарта М. Данцис, обращаясь к теме феминистского видеоискусства, отмечала, что «феминизм сегодня – это не только борьба за равные права. Прежде всего, феминистское видеоискусство – разносторонние исследования общества, самонаблюдения и самоанализ, переосмысление личного опыта, самоирония и юмор. Сегодняшние видеохудожницы работают с феминистской повесткой, используя возможности новых технологий, их искусство коммуникативно и дискуссионно, оно предлагает зрителю получить уникальный опыт вне зависимости от гендера и социальных установок» (Данцис, 2021: 132).

Выводы

В 2001-2017 годы тираж «Искусства кино» не указывался в выходных данных номеров. По данным, попавшим в интернет, тираж журнала с 2001 по 2017 год составлял примерно от двух до трех тысяч экземпляров, то есть ниже, чем даже в 1930-х – 1940-х. С 2018 года тираж журнала сначала сохранялся примерно на том же уровне, но к концу 2022 года упал до одной тысячи экземпляров.

В XXI веке редакция журнала «Искусство кино», по-видимому, осознала, что попытки превратить его в общественно-политический, предпринятые в конце эпохи «перестройки» и в 1990-х годах, не принесли ожидаемых дивидендов. В итоге журнал вернулся к формату кинематографического издания. Отсюда и увеличение числа теоретических статей о кино, число которых в XXI веке в среднем достигло восемнадцати в год.

Возглавлявший «Искусство кино» до 2017 года Даниил Дондурей (1947-2017) сохранял курс журнала на социологическое осмысление медиапроцесса, привлекая при этом ведущих авторов в данной области. Пришедший ему на смену Антон Долин со второй половины 2017 года с одной стороны, вновь акцентировал политические акценты, а также усилил оппозиционные Власти пассажи в журнальных текстах, а с другой – стал уделять гораздо большее внимание жанрам масскульта в кинематографе.

Наш анализ киноведческих концепций (в контексте социокультурной, исторической, политической ситуации и пр.) журнала «Искусство кино» в XXI веке показал, что теоретические работы по кинематографической тематике в этот период можно разделить на следующие виды:

- статьи, посвященные анализу теоретического наследия классиков и истории советского кино (Н. Изволов, Н. Клейман, О. Ковалов, Е. Майзель, Е. Марголит, А. Медведев, Н. Спутницкая, А. Фоменко, В. Шмыров, А. Шпагин, А. Щербенок и др.);
- статьи, в которых на теоретическом уровне делалась попытка осмысления кинопроцесса (О. Аронсон, Д. Голышко-Вольфсон, Е. Майзель, Л. Манович и др.);
- статьи, посвященные социологическим и культурологическим проблемам кинематографа, телевидения и кинопроката (О. Березин, К. Богословская, Д. Голышко-Вольфсон, Д. Дондурей, В. Зверева, Е. Майзель, И. Полуэхтова, К. Разлогов и др.); при этом новым теоретическим трендом журнала стал анализ феномена Интернета и виртуальной реальности;
- теоретические статьи о зарубежном кинематографе (А. Артюх, Д. Комм, Н. Цыркун и др.).

В целом же «Искусство кино» в XXI веке, как и в 1990-х годах, предлагал новые трактовки истории советского и мирового кинематографа и пытался найти теоретические подходы к текущему кинопроцессу.

6. Acknowledgments

This research was funded by the grant of the Russian Science Foundation (RSF, project No. 22-28-00317) at Rostov State University of Economics. Project theme: “Evolution of theoretical film studies concepts in the 'Cinema Art' journal (1931-2021)”. Head of the project is Professor A.V. Fedorov.

Литература

- Абдуллаева З. Table-talk // Искусство кино. 2005. 11: 83-84.
 Абдуллаева З. Слева – направо // Искусство кино. 2006. 2: 51-54.
 Адамович М. Не думай о «Мгновеньях» свысока... // Искусство кино. 2002. 3: 74-85.
 Анашкин С. Насилие как способ коммуникации // Искусство кино. 2012. 4: 87-97.
 Андерс Г. Мир как фантом и матрица // Искусство кино. 2005. 2: 90-99.
 Арабов Ю. Базисная иллюзия // Искусство кино. 2001. 4: 112-121.
 Аронсон О. Кинематограф, свернутый в YouTube // Искусство кино. 2021. 5-6: 14-23.
 Аронсон О. Политики имитации. Подходы к логике ненасилия // Искусство кино. 2003. 7: 84-93.
 Аронсон О. Приключение вымысла // Искусство кино. 2002. 12: 90-95.
 Аронсон О. Сильная власть – последствия для культуры // Искусство кино. 2001. 3: 173-174.
 Аронсон О. Случайное непристойное // Искусство кино. 2002. 2: 117-121.
 Аронсон О. Цензура: киносимптоматика // Искусство кино. 2001. 8: 77-83.
 Артемьева О. Девушка и смерть. История хоррора как вечная реинкарнация напуганной блондинки // Искусство кино. 2010. 10: 101-120.
 Артюх А. Время конгломератов. Последствия глобализации американской киноиндустрии // Искусство кино. 2010. 3: 79-87.
 Артюх А. Голливуд: новое начало // Искусство кино. 2009. 8: 106-118.
 Артюх А. Киберпространство: лучший выход – это вход // Искусство кино. 2002. 4: 53-62.
 Артюх А. Кинематографическая техномистика // Искусство кино. 2003. 4: 91-98.
 Артюх А. Маркетинг стиля // Искусство кино. 2012. 2: 64-69.
 Артюх А. Нуар: голос из прошлого // Искусство кино. 2007. 5: 93-101.
 Артюх А. Реальность без фантастики // Искусство кино. 2004. 6: 79-84.
 Артюх А., Комм Д. Мечта о супермене. Критический случай в современной России // Искусство кино. 2005. 11: 15-26.
 Артюх А., Комм Д. Пожар уже начался. О менеджмент-культуре // Искусство кино. 2008. 6: 53-63.
 Артюх А., Комм Д. Политика неавторства // Искусство кино. 2009. 2: 84-94.
 Артюх А., Комм Д. Экшн познания // Искусство кино. 2003. 8: 73-78.
 Архангельский А. «Нас учили не жить» // Искусство кино. 2015. 5: 27-31.
 Архангельский А. Вне политики – тоже политика // Искусство кино. 2014. 4: 59-63.
 Архангельский А. Остановить время // Искусство кино. 2015. 8: 39-43.
 Архангельский А. Пусто место свято не бывает. Госзаказ в СССР и в современной России // Искусство кино. 2013. 9: 13-17.
 Архангельский А. Третья реальность // Искусство кино. 2016. 1: 113-117.
 Архипова А. Знакомьтесь, зомби – наш друг, родственник и враг // Искусство кино. 2019. 5-6: 146-151.
 Барабан Е. Про ностальгию и войну // Искусство кино. 2012. 11: 82-91.
 Белополюская В. Клиническая жизнь // Искусство кино. 2005. 11: 80-82.
 Березин О. Прокат как контекст фильма // Искусство кино. 2015. 3: 109-117.
 Березин О. Реальность острова Размышления о 2020-м: должны ли кинотеатры умереть? // Искусство кино. 2020. 11-12: 232-243.
 Березин О. Российский прокат: стокгольмский синдром // Искусство кино. 2018. 11-12: 35-41.
 Березин О. Те(к)ст для джокера // Искусство кино. 2019. 11-12: 25-37.
 Березин О. Что год (кино) прошедший нам готовит // Искусство кино. 2016. 11: 22-31.
 Блокбастер: перевод на русский // Искусство кино. 2005. 12: 5-23.
 Богомолов Ю. Мы были умнее журнала, что неправильно // Искусство кино. 2001. 2: 5-7.
 Богомолов Ю. Полюбите нас черненькими // Искусство кино. 2010. 1: 22-29.
 Богомолов Ю. Смены вех // Искусство кино. 2016. 9: 103-115. 10: 101-113.
 Богомолов Ю. Художественная культура на randevu с Интернетом // Искусство кино. 2012. 5: 26-33.
 Богословская К. Вечные сюжеты и массовая аудитория // Искусство кино. 2014. 11: 120-132.
 Богословская К. Двойной капкан. «Ловушка» зрительского восприятия // Искусство кино. 2013. 4: 70-77.
 Богословская К. Запрос на идеалы. Российско-украинские события: анализ массового восприятия // Искусство кино. 2016. 5: 59-68.
 Богословская К. Зритель как автор. Идеи сериалов, предложенные зрителями ТВ // Искусство кино. 2019. 11-12: 153-167.
 Богословская К. Идол // Искусство кино. 2003. 5: 15-21.
 Богословская К. Сериалы: welcome в мир иной // Искусство кино. 2007. 9: 93-103.
 Богословская К. Телегерой – кто он? // Искусство кино. 2012. 3: 137-146.
 Богословская К., Солнцева С. Конструирование «сериальных реальностей» // Искусство кино. 2008. 7: 137-149.
 Боксер В. Большие бренды всегда правы. Интернет на подхвате у телевидения // Искусство кино. 2015. 4: 73-79.
 Боксер В. Кургиян у ворот? // Искусство кино. 2010. 11: 119-124.
 Бородин А. «Спасение Украины». Рейтинг темы на российском ТВ // Искусство кино. 2014. 4: 107-111.

- Брилева О., Брилев А. Самый скучный киношпион // Искусство кино. 2021. 9-10: 231-237.
- Быков Д. 90-е. Сады скорпиона // Искусство кино. 2001. 1: 40-43.
- Быков Д. Назад в будущее // Искусство кино. 2003. 3: 93-99.
- Быстрицкий А. Сериалы готовят интернет-народ // Искусство кино. 2014. 11: 133-140.
- В поисках смысла: новый патриотизм // Искусство кино. 2006. 1: 5-25.
- В поисках смысла: новый патриотизм // Искусство кино. 2006. 1: 5-25.
- Варганова Е. Телевидение: постсетевая модель // Искусство кино. 2015. 4: 111-122.
- Васильев А. Идеи летают в воздухе // Искусство кино. 2009. 9: 22-28.
- Венжер Н. Приключение киноконтента на ТВ // Искусство кино. 2014. 11: 141-147.
- Версия 2.0. Кинокритика в интернет-пространстве // Искусство кино. 2011. 4: 87-97.
- Весь мир насилья мы разрушим... // Искусство кино. 2003. 7: 5-22.
- Волков Д. В параллельных системах // Искусство кино. 2012. 5: 63-67.
- Глазычев В. Net-культура // Искусство кино. 2005. 3: 59-63.
- Голубовский А. Идентичность как формат // Искусство кино. 2009. 1: 21-26.
- Гольинко-Вольфсон Д. Гарри Поттер, ваш выход! // Искусство кино. 2002. 7: 65-71.
- Гольинко-Вольфсон Д. Гуманизм силового вмешательства. Этика и эстетика войны на экране // Искусство кино. 2004. 1: 99-107.
- Гольинко-Вольфсон Д. Демотиваторы // Искусство кино. 2012. 5: 90-97.
- Гольинко-Вольфсон Д. Душа интернета, или Паутина насилья // Искусство кино. 2003. 7: 95-101.
- Гольинко-Вольфсон Д. Культура интим-сервиса и кризис проники // Искусство кино. 2003. 6: 96-103.
- Гольинко-Вольфсон Д. Масяня в депресняке, или Приручение виртуального // Искусство кино. 2002. 9: 98-103.
- Гольинко-Вольфсон Д. Окна во двор коммунального подсознания // Искусство кино. 2002. 11: 109-113.
- Гольинко-Вольфсон Д. Приключения Оли в Застеколье // Искусство кино. 2002. 2: 121-125.
- Гольинко-Вольфсон Д. Сетевой мусор, или Трэш-цивилизация // Искусство кино. 2002. 8: 87-91.
- Гольинко-Вольфсон Д. Тело оборотня, или Бремя запретной сексуальности. Об истории и эстетике кинокомикса. 2003. 3: 100-107.
- Гращенкова И. Серебряный век. В поисках лица // Искусство кино. 2007. 4: 106-114.
- Гройс Б. Изображая теорию // Искусство кино. 2012. 7: 127-137.
- Гройс Б. Порабощенные боги: кино и метафизика // Искусство кино. 2005. 9: 77-88.
- Грушевский С. Криминал побеждает // Искусство кино. 2016. 10: 18-21.
- Гудкова А. Глядя в телевизор // Искусство кино. 2003. 1: 115-121.
- Давыдова Е. Семiotика эротики. Американское кино 50-х // Искусство кино. 2001. 4: 77-86.
- Давыдова М. «Вышибающий «мурашку» катарсис». Обыденная кинокритика в социальных медиа // Искусство кино. 2012. 11: 9-21.
- Давыдова М. Не забудьте выключить телевизор // Искусство кино. 2005. 1: 91-94.
- Данцис М. Снимай себя! Феминистское видеоискусство // Искусство кино. 2021. 9-10: 124-132.
- 9/11: терроризм и кино // Искусство кино. 2011. 9: 5-19.
- Десятерик Д. Между вымыслом и окопом. Украинская документалистика после майдана // Искусство кино. 2017. 1: 24-35.
- Десятерик Д. Необратимость. Несколько замечаний об искусстве Майдана // Искусство кино. 2014. 6: 38-49.
- Десятерик Д. Человек сумерек // Искусство кино. 2010. 3: 88-90.
- Джонсон В. Спорная территория. Реконструкция национального пространства в кино // Искусство кино. 2001. 4: 92-98.
- Дондурей Д. Большая постановка жизни // Искусство кино. 2007. 11: 126-133.
- Дондурей Д. Бремя политики. Реформы в киноиндустрии // Искусство кино. 2013. 1: 5-9.
- Дондурей Д. В роли протестантской этики // Искусство кино. 2007. 5: 50-53.
- Дондурей Д. Гражданин против гражданского общества. Телерејтинг как воспитатель нации // Искусство кино. 2013. 4: 5-15.
- Дондурей Д. Миф о Сталине: технология воспроизводства // Искусство кино. 2010. 4: 15-20.
- Дондурей Д. Неотвратимость перезагрузки. Системный кризис в кино // Искусство кино. 2011. 7: 5-10.
- Дондурей Д. Новые зрители без нового кино // Искусство кино. 2001. 5: 20-22.
- Дондурей Д. Ночной и дневной народы // Искусство кино. 2012. 4: 12-17.
- Дондурей Д. Пиар-контент, контент-пиар. «Школа» как образец продюсерского творчества // Искусство кино. 2010. 1: 5-11.
- Дондурей Д. Сильная власть – последствия для культуры // Искусство кино. 2001. 3: 150-152.
- Дондурей Д. ТВ: без анализа // Искусство кино. 2014. 4: 27-35.
- Дондурей Д. ТВ: на страже кризиса // Искусство кино. 2009. 2: 117-127.
- Дондурей Д. ТВ: уловки профессии. О профессиональных стереотипах телевидения // Искусство кино. 2009. 8: 135-140.
- Дондурей Д. Телесериал: кино для бедных? // Искусство кино. 2003. 3: 166-174.
- Дондурей Д. Цензура реальности // Искусство кино. 2004. 4: 18-25.
- Живые и мертвые. О российских фильмах – чемпионах проката // Искусство кино. 2012. 2: 15-30.
- Зверева В. Истории, рассказанные для всех // Искусство кино. 2005. 10: 73-81.
- Зверева В. Менты, педофилы, убогие, звезды... Российская реальность по версии ТВ // Искусство кино. 2009. 9: 135-143.
- Зверева В. Позывные гламура // Искусство кино. 2006. 11: 18-27.
- Зверева В. Реальность «Дома-2» // Искусство кино. 2007. 2: 104-111.
- Зверева В. Телевидение понижающего стандарта // Искусство кино. 2009. 1: 125-136.
- Зверева В. Теленовости в формате сериала // Искусство кино. 2008. 8: 147-155.
- Зверева В. Телереклама: пространство виртуального шоппинга // Искусство кино. 2004. 7: 5-13.
- Зоркая Н. 50-е. Две неравные половины // Искусство кино. 2001. 1: 23-25.
- Зоркая Н. 70-е. Хитроумные годы // Искусство кино. 2001. 1: 31-35.
- Зоркий А. Большая правка // Искусство кино. 2001. 2: 8-10.
- И вот мы на свободе... // Искусство кино. 2004. 1: 5-25.
- Изволов Н. «Затерянная фильма». Опыт Вертова. О реконструкции «Истории гражданской войны» // Искусство кино. 2022. 1-2: 15-49.
- Изволов Н. Черно-белое кино не было? // Искусство кино. 2001. 6: 103-109.
- Карцев П. Роза есть роза. От автора к герою бондианы // Искусство кино. 2021. 9-10: 240-251.
- Качкаева А. Образ медиабудущего. Экономика впечатлений и мультимедийный контент // Искусство кино. 2013. 7: 94-98.
- Качкаева А. От имени общества. Кто и как контролирует телевидение за рубежом // Искусство кино. 2010. 7: 139-147.
- Кинопрокат: миссия (не)выполнима? // Искусство кино. 2002. 2: 5-18.
- Кинотеатры возрождают наше кино // Искусство кино. 2003. 8: 5-21.
- Кичин В. Eugene The Terrible // Искусство кино. 2001. 2: 11-13.
- Клейман Н. Что можно почерпнуть у Эйзенштейна? // Искусство кино. 2011. 12: 43-47.
- Ковалов О. «Четвертый смысл». Гипотеза прочтения // Искусство кино. 2008. 10: 63-72. 11: 95-103.
- Ковалов О. Звезда над степью. Америка в зеркале советского кино // Искусство кино. 2003. 10: 77-87.
- Ковалов О. Мышеловка // Искусство кино. 2009. 6: 109-120. 7: 117-125.
- Ковалов О. Наш ответ Джойсу // Искусство кино. 2008. 3: 71-80. 4: 53-61.
- Ковалов О. Сатурн, пожирающий детей // Искусство кино. 2010. 4: 37-45.
- Ковалов О. Эстетика поражения // Искусство кино. 2018. 3-4: 148-152.
- Код неизвестен // Искусство кино. 2004. 3: 99-108.
- Коломиец В. Инструмент оценки эфира // Искусство кино. 2003. 5: 5-8.
- Колотаев В. Забыть «Дом-2» // Искусство кино. 2009. 11: 125-129.
- Колотаев В. Створки бытия // Искусство кино. 2001. 4: 99-107.
- Комм Д. Eigonotog: британский канон // Искусство кино. 2001. 5: 83-90.
- Комм Д. Горячая жажда вечности // Искусство кино. 2004. 5: 101-105.
- Комм Д. Готика: больше, чем кино // Искусство кино. 2006. 7: 71-81.
- Комм Д. Должники и кредиторы: русский жанр // Искусство кино. 2002. 2: 93-103.
- Комм Д. Должники и кредиторы: русский жанр // Искусство кино. 2002. 2: 93-103.
- Комм Д. Красота мечты и кошмара // Искусство кино. 2008. 7: 69-79.

- Комм Д. Метаморфозы страха // Искусство кино. 2003. 4: 108-115.
- Комм Д. Технологии страха // Искусство кино. 2001. 11: 98-107.
- Комм Д. Цирк сторел, но мама не горюет // Искусство кино. 2004. 4: 56-58.
- Комм Д. Шоутопперы // Искусство кино. 2012. 2: 115-123.
- Комм Д. Эскимоска и Голливуд // Искусство кино. 2008. 9: 79-91.
- Комм Д., Золотоносов М. Идет перформанс // Искусство кино. 2006. 1: 113-122.
- Комм Д., Золотоносов М. О массовой культуре и мировом заговоре // Искусство кино. 2004. 4: 79-89.
- Конце артхауса? // Искусство кино. 2005. 3: 16-29.
- Корнеев Р. Кинокритики с торрентов // Искусство кино. 2012. 11: 5-8.
- Королев А. Когда спящий уснет // Искусство кино. 2001. 10: 46-48.
- Костюк А. Еще больше развлечений! ТВ: зрительские предпочтения // Искусство кино. 2009. 4: 117-123.
- Краснов К. Рай и мученики // Искусство кино. 2018. 11-12: 82-96.
- Краснослободцева А. И мой сурок. Российский видеоарт в ожидании реальности // Искусство кино. 2021. 9-10: 160-167.
- Краснящих А. Играем в кино. Персонажи культового кино в детских играх и анекдотах // Искусство кино. 2005. 2: 77-85.
- Кривуля Н. 3D – и смотри. Полнометражная анимация: от Диснея до новых времен // Искусство кино. 2008. 6: 64-75.
- Критик критику – критик // Искусство кино. 2005. 11: 32-41.
- Критика как PR // Искусство кино. 2003. 12: 13-29.
- Круглова Т. Стокгольмский синдром в российской школе // Искусство кино. 2016. 11: 135-144.
- Куртов М. Индустрия скуки. К вопросам онтологии кино // Искусство кино. 2009. 5: 85-91.
- Кушнарева И. Группа крови // Искусство кино. 2012. 2: 136-141.
- Кушнарева И. Другая история «Кайе дю синема» // Искусство кино. 2007. 5: 74-83.
- Кушнарева И. Что угодно, только не ТВ // Искусство кино. 2011. 11: 5-15.
- Леонтьева К. «Цифра» преследует артхаус // Искусство кино. 2010. 6: 87-93.
- Леонтьева К. Где и как мы смотрим кино // Искусство кино. 2012. 8: 125-131.
- Липовецкий М. Reality show // Искусство кино. 2001. 4: 46-49.
- Липовецкий М. В отсутствие медиатора. Сюжет внутренней колонизации // Искусство кино. 2003. 8: 79-93.
- Логинова К. Каталог зла. Суперзлодеи и их трансформация // Искусство кино. 2019. 9-10: 239-247.
- Локшин Б. Краткий курс тоталитарного секса // Искусство кино. 2017. 7-8: 183-194.
- Луговой С. История игрушек. Введение в психоанализ // Искусство кино. 2020. 3-4: 188-201.
- Лурье Я. Формула американского нуара. Нуар – жанр и ли стиль? // Искусство кино. 2013. 4: 99-109.
- Любарский Г. Испугать, чтобы успокоить // Искусство кино. 2003. 11: 22-26.
- Лященко В. Каждый кадр – картина. Как YouTube стал платформой для киноведения с миллионной аудиторией // Искусство кино. 2021. 5-6: 32-35.
- Майзель Е. Отсчет утопленников // Искусство кино. 2010. 5: 33-39.
- Майзель Е. Авангард 2.0 // Искусство кино. 2021. 9-10: 194-200.
- Майзель Е. Беда коммунизма. ЖК как зеркало русской эволюции // Искусство кино. 2009. 6: 135-141. 7: 139-147.
- Майзель Е. Всюду Бог? Пробные заметки о религиозном кино // Искусство кино. 2012. 9: 111-117.
- Майзель Е. Главный герой. Лениниана 60-х: «На одной планете» и другие картины // Искусство кино. 2017. 7-8: 110-118.
- Майзель Е. Дорога перемен // Искусство кино. 2021. 5-6: 24-31.
- Майзель Е. Зоокино от Люмьеров до YouTube. Животные как новые герои кинематографа XXI века // Искусство кино. 2020. 3-4: 88-102.
- Майзель Е. Кто здесь власть. «Игра престолов» как феномен современности // Искусство кино. 2019. 7-8: 281-289.
- Майзель Е. Отсчет утопленников // Искусство кино. 2010. 5: 33-39.
- Майзель Е. Стадия зеркала: VR и кино // Искусство кино. 2019. 9-10: 169-182.
- Майзель Е. Уроки американского андерграунда. Негативная диалектика кино // Искусство кино. 2021. 3-4: 59-68.
- Малькова Л. Между Вертовым и Путиным // Искусство кино. 2001. 5: 96-103.
- Малюкова Л. Up! // Искусство кино. 2009. 9: 83-94.
- Малюкова Л. Некто анимадок // Искусство кино. 2021. 1-2: 239-253.
- Манович Л. YouTube и будущее теории кино // Искусство кино. 2021. 5-6: 10-13.
- Манцов И. Актуальный триптих // Искусство кино. 2002. 1: 61-64.
- Манцов И. Белый танец // Искусство кино. 2001. 4: 67-76.
- Манцов И. Бразилия – Аргентина // Искусство кино. 2002. 8: 5-12.
- Манцов И. Свидетель // Искусство кино. 2002. 5: 65-73.
- Марголит Е. 60-е. Воспоминания о почтовом ящике на воротах // Искусство кино. 2001. 1: 26-30.
- Марголит Е. Неведомому богу. Сопrotивление. Киноверсия Марка Донского // Искусство кино. 2010. 9: 89-97.
- Марголит Е. Призрак свободы: страна детей // Искусство кино. 2002. 8: 76-85.
- Медведев А. В поисках киногаммы. 15 тезисов о Вертове // Искусство кино. 2017. 1: 117-123.
- Медведев А. За Новогрудского! // Искусство кино. 2001. 2: 14-16.
- Медведев С. Штирлиц в шоколаде // Искусство кино. 2010. 4: 55-57.
- Михайлов И. Монолог из-под забора // Искусство кино. 2006. 2: 59-62.
- Михалкович В. Блаженна ли страна за далью непогоды? // Искусство кино. 2004. 6: 85-90.
- Морозов М. История в стиле «поп». Симуляция национальной идеи // Искусство кино. 2009. 1: 5-9.
- Москвина Т. 80-е. Надо бы располвинить // Искусство кино. 2001. 1: 36-39.
- Москвина Т. Нет ничего лучше хорошей погоды. «Папино кино» и отечественная культура // Искусство кино. 2003. 2: 23-29.
- Муратов С. Вверх по лестнице, ведущей вниз // Искусство кино. 2005. 2: 87-89.
- Муратов С. Дальновидение для радиозрителей // Искусство кино. 2011. 7: 125-135.
- Муратов С. Земноводные выходят на сушу // Искусство кино. 2008. 3: 111-119.
- Муратов С. Культурная контрреволюция. ТВ: ликвидация документального кино // Искусство кино. 2012. 6: 121-129.
- Муратов С. ТВ: легенды и мифы // Искусство кино. 2006. 5: 113-119.
- Новоженова А. Многосерийные убийцы: маньяки в кругу семьи // Искусство кино. 2010. 2: 113-121.
- Норштейн Ю. Снег на траве // Искусство кино. 2001. 9; 11. 2003. 1: 127-143. 2: 132-144. 3: 109-125. 7: 103-116. 8: 95-107.
- Нусинова Н. «Теперь ты наша». Ребенок в советском кино. 20-30-е годы // Искусство кино. 2003. 12: 81-87.
- Ослон А. В тисках рейтинга // Искусство кино. 2003. 5: 9-14.
- Ослон А. Новости на ужин // Искусство кино. 2003. 11: 27-31.
- Павлов А. Вульгарный авторский кинематограф // Искусство кино. 2013. 11: 54-63.
- Павлов А. Грайндаус: В или не В? // Искусство кино. 2013. 1: 61-70.
- Павлов А. Культура культа // Искусство кино. 2011. 11: 87-97.
- Петровская Е. Душа Паутины: Маша и «новая» искренность // Искусство кино. 2002. 9: 93-97.
- Плахов А. Европа – территория кино. Европейское кино на входе в новый век // Искусство кино. 2001. 3: 59-64.
- Поздняков А. Начало. Первая русская фильма и ее режиссер // Искусство кино. 2008. 11: 5-7.
- Полужтова И. Доходное «мыло» // Искусство кино. 2001. 4: 5-17.
- Полужтова И. Можно ли обойтись без рейтингов? // Искусство кино. 2007. 11: 116-125.
- Полужтова И. Телемену: комплексный обед или a la carte? // Искусство кино. 2003. 6: 105-113.
- Полужтова И. Телепросмотр еще жив // Искусство кино. 2014. 4: 112-119.
- Профит или профитизм? // Искусство кино. 2005. 3: 105-107.
- Прохоров А. Новости как мистификация // Искусство кино. 2004. 4: 12-17.
- Прохоров А. Публичная сфера: киноведение в пространстве дискуссии // Искусство кино. 2011. 4: 56-59.
- Прощай, оружие! // Искусство кино. 2002. 11: 5-21.
- Разлогов К. Вперед в прошлое // Искусство кино. 2001. 3: 95-98.
- Разлогов К. Вывозу не подлежит // Искусство кино. 2006. 7: 64-70.
- Разлогов К. Вывозу не подлежит // Искусство кино. 2006. 7: 64-70.

- Разлогов К. Геополитика культуры // Искусство кино. 2006. 8: 58-60.
 Разлогов К. Ново(е)русское кино // Искусство кино. 2002. 11: 83-92.
 Режиссер против критика // Искусство кино. 2002. 1: 162-172.
 Романова Е. Окно земли. Мифопоэтический хронотоп якутской визуальности // Искусство кино. 2021. 1-2: 38-45.
 Саввина С. Краткая история якутского кино // Искусство кино. 2021. 1-2: 10-14.
 Сальников В. Культурные войны в СССР // Искусство кино. 2004. 5: 91-100.
 Санданов А. Зомби-апокалипсис. Лекарство от страха и ролевая модель // Искусство кино. 2011. 5: 53-62.
 Санданов А. Нужная вещь. Что взял у вестерна постапокалипсис – и зачем? // Искусство кино. 2012. 2: 142-151.
 Секретная служба телевидения. О функциях телекритики // Искусство кино. 2008. 4: 63-83.
 Сенченко А. Картины идеального мироустройства. Сатирические (и не только) комедии 1920-х // Искусство кино. 2021. 7-8: 100-104.
 Сивый С. Дети подземелья // Искусство кино. 2006. 6: 73-81.
 Сильная власть – последствия для культуры // Искусство кино. 2001. 3: 150-174.
 Сирилья Н. Гламур крепчал // Искусство кино. 2001. 8: 69-76.
 Сирилья Н. Евангелие от Голливуда // Искусство кино. 2001. 3: 85-93.
 Смирнова В. Амнезическое кино // Искусство кино. 2006. 3: 82-89.
 Смирнова В. Немец, которого не было в Мариенбаде // Искусство кино. 2009. 11: 97-106.
 Спутницкая Н. Анимация против интернета // Искусство кино. 2018. 1-2: 249-259.
 Спутницкая Н. В стране маленьких человечков. Ранняя советская анимация // Искусство кино. 2021. 7-8: 92-99.
 Спутницкая Н. Гулливеркино: обратная сторона сказки. Александр Птушко – инновации // Искусство кино. 2015. 5: 105-117.
 Спутницкая Н. Дикая, но милая. Российская коммерческая анимация // Искусство кино. 2018. 11-12: 193-202.
 Спутницкая Н. Овечья шкура. Анимационный блокбастер // Искусство кино. 2017. 5-6: 34-43.
 Спутницкая Н. Прощай, бикини! Супергероини в кинокомиксах // Искусство кино. 2019. 9-10: 232-238.
 Стишова Е. Конец критики // Искусство кино. 2005. 11: 27-31.
 Стишова Е. Синдром «больших ожиданий» // Искусство кино. 2012. 2: 55-63.
 Сукманов И. Кино тут рядом // Искусство кино. 2013. 6: 85-91.
 Суменов Н. Журнал – это импровизация // Искусство кино. 2001. 2: 18-20.
 Сычев С. Боятся как огня. Документальное кино в России // Искусство кино. 2008. 10: 73-79.
 Тарошина С. Акт о капитуляции. YouTube вместо ТВ // Искусство кино. 2020. 1-2: 13-21.
 Тарханова К. Из ада в ад перелетая // Искусство кино. 2018. 1-2: 313-320.
 Телесериал: кино для бедных? // Искусство кино. 2003. 3: 166-174.
 Теракопия М. Назад в будущее. Компьютерные технологии в кино // Искусство кино. 2007. 9: 65-71.
 Тимофеева О. Испытание бредом // Искусство кино. 2004. 7: 24-28.
 Третьяков В. Что такое телевидение? Версия ответа // Искусство кино. 2014. 4: 120-129.
 Тримбач С. Сквозь стены // Искусство кино. 2010. 4: 119-123.
 Туровская М. Сильная власть – последствия для культуры // Искусство кино. 2001. 3: 167-170.
 Туровская М. 30-е. «Преобразование идеологии в истории» // Искусство кино. 2001. 1: 15-18.
 Тучинская А. Шаляпин и Мейерхольд в кино // Искусство кино. 2008. 11: 105-119.
 Узарашвили Л. Хозяин YouTube и его инструменты // Искусство кино. 2021. 5-6: 36-44.
 Фадеева Т. Медиаарт: вектор на расширение. Экспансия чувств – знаковое кино, модификации тела, VR // Искусство кино. 2021. 9-10: 142-149.
 Филиппов С. Не самый плохой могильщик. Прошлое и будущее стереокино // Искусство кино. 2010. 6: 71-79.
 Фокина К. Больше, чем обещание. Бренд в кинематографе // Искусство кино. 2007. 9: 72-77.
 Фоменко А. Comedy of remanriage: от мифа к роману // Искусство кино. 2011. 10: 87-93.
 Фоменко А. Дедуктивный монтаж // Искусство кино. 2018. 1-2: 189-195.
 Фоменко А. Конвульсивная красота иного // Искусство кино. 2014. 1: 113-121.
 Фоменко А. Необыкновенный фашизм // Искусство кино. 2012. 5: 83-89.
 Фомин В. 40-е. Под видом кинокритиков на страницах «ИК» орудовала банда отравителей... // Искусство кино. 2001. 1: 19-22.
 Фомин В. Але, народ! // Искусство кино. 2001. 7: 93-102.
 Фомин В. Основа культуры // Искусство кино. 2002. 3: 87-97.
 Фомочкин А. Джеймс Бонд. Портрет в шести лицах // Искусство кино. 2021. 9-10: 211-230.
 Фролов Д. Калейдоскопическое видение в мире грёз. Иммерсивное кино, видеоарт и гиперреальность // Искусство кино. 2021. 9-10: 133-141.
 Хитров А. Восхождение фаната. Эволюция Человека-паука // Искусство кино. 2019. 9-10: 228-231.
 Храмчихин А. Всё (будет) плохо // Искусство кино. 2003. 11: 18-21.
 Цыркун Н. Асфиксия критики // Искусство кино. 2005. 11: 77-79.
 Цыркун Н. Ко-микс: героический эпос как жанровый гибрид // Искусство кино. 2012. 2: 124-135.
 Цыркун Н. Логос, пафос и этос // Искусство кино. 2010. 5: 131-137.
 Цыркун Н. Разрушение разума: Критика современного буржуазного искусства. М.: Искусство, 1986. 172 с.
 Цыркун Н. Трансформация кэмп и рецепция кино // Искусство кино. 2013. 1: 55-60.
 Цыркун С. Социально близкие // Искусство кино. 2012. 11: 75-81.
 Чердниченко Т. Исповедальщина // Искусство кино. 2002. 9: 54-59.
 Чистякова В. Смерть кино как падение рейтинга // Искусство кино. 2006. 4: 86-91.
 Чистякова В. Смерть кино? Цифровое кино и проблема киноформы // Искусство кино. 2007. 10: 83-88.
 Шепотинник П. Мемуарное время // Искусство кино. 2001. 2: 20-22.
 Шмыров В. Проклятие Матильды // Искусство кино. 2017. 7-8: 83-89.
 Шорохова Т. Улыбка Бэтмена // Искусство кино. 2019. 9-10: 29-35.
 Шпагин А. Религия войны // Искусство кино. 2005. 5: 57-68. 6: 73-89.
 Шумакова А. Вперед в прошлое. Цифровые технологии и полиэкран // Искусство кино. 2010. 6: 80-86.
 Щербаков К. Наш август 1991-го // Искусство кино. 2001. 2: 23-24.
 Щербенок А. Дзига Вертов: диалектика киноведи // Искусство кино. 2012. 1: 76-86.
 Щербенок А. Песни о главном. Эстетика травмы у Дзиги Вертова // Искусство кино. 2009. 11: 107-115.
 Экштут С. Об одной неудаче советских писателей // Искусство кино. 2006. 1: 54-59.
 Юргенева А. Смех и эрос // Искусство кино. 2011. 6: 105-113.
 Юрнев Р. Журнал возродился и... выжил // Искусство кино. 2001. 2: 25-29.
 Юрьев Д. Низвержение в телевизор // Искусство кино. 2006. 4: 79-85.

Приложение. Основные даты и события, имеющие отношение к историческому, политическому, экономическому, идеологическому, социокультурному и кинематографическому контексту, в котором осуществлялась публикация журнала «Искусство кино» в XXI веке

2001

- 20 января: Президентом США становится Дж.Буш-мл.
 16 июня: Первая встреча (Любляна) Президента США Дж.Буша-мл. и Президента России В. Путина.
 3-14 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2001. Главный приз: «Нежный возраст» (режиссер С. Соловьев). Гран-при: «Яды, или Всемирная история отравлений» (режиссер К. Шахназаров).

21–30 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Фанатик» / The believer (США, режиссер Г. Бин).

16 июля: Президент России В. Путин и председатель КНР Цзян Цзэминь подписали договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве.

11 сентября: Авиационные теракты в Нью-Йорке и Вашингтоне.

7 октября: США начали войну в Афганистане.

Ноябрь: визит В. Путина в США.

2002

23-26 мая: визит президента США Дж.Буша-мл. в Россию.

Создание Совета «НАТО-Россия».

5-14 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2002. Главный приз: «Война» (режиссер А. Балабанов. Гран-при: «Любовник» (режиссер В. Тодоровский).

13 июня: США денонсировали договор по ограничению противоракетной обороны.

21–30 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Воскресение» (Италия-Франция, режиссеры П. и В. Тавиани).

23-26 октября: захват чеченскими террористами заложников в Доме культуры во время музыкального спектакля «Норд-Ост» в Москве.

Ноябрь: визит президента США Дж.Буша-мл. в Россию.

2003

20 марта: США начали войну в Ираке.

31 мая - 1 июня: визит президента США Дж. Буша в Россию.

3-17 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2003. Главный приз: «Старухи» (режиссер Г. Сидоров). Гран-при: «Шик» (режиссер Б. Худойназаров).

20–29 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Божественный огонь» (Италия-Испания, режиссер М. Эрмосо).

26-27 сентября: встреча Дж.Буша-мл. и В. Путина в США.

2004

4 января: М. Саакашвили победил на президентских выборах в Грузии.

5-15 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2004. Главный приз: «Водитель для Веры» (режиссер П. Чухрай). Гран-при: «Мой сводный брат Франкенштейн» (режиссер В. Тодоровский).

18–27 июля: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Свои» (Россия, режиссер Д. Месхи).

1-3 сентября: захват чеченскими террористами заложников школе города Беслана.

13-16 ноября: первый официальный визит президента России В. Путина в США.

ноябрь-декабрь: победа «Оранжевой революции» на Украине.

2005

23 января: президентом Украины стал В. Ющенко.

24 февраля: встреча президентов Дж.Буша-мл. и В. Путина в Братиславе.

10 мая: саммит Россия-ЕС (Москва).

2-12 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2005. Главный приз: «Бедные родственники» (режиссер П. Лунгин).

17–26 июля: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Космос как предчувствие» (Россия, режиссер А. Учитель).

7 июля: Теракты в лондонском метро.

8 августа: Иран возобновил программу обогащения урана и отказался от переговоров с ЕС.

16 сентября: встреча президентов Дж.Буша-мл. и В. Путина в США.

2006

1-4 января: «газовый кризис» между Россией и Украиной.

Январь: президент России В. Путин заявил об окончании контртеррористической операции в Чечне.

4 мая: вице-президент США Р. Чейни в своей речи обвинил Россию в использовании своих природных ресурсов в качестве внешнеполитического оружия давления, в нарушении Россией прав человека и в ее деструктивных действиях на международной арене.

4-12 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2006. Главный приз: «Изображая жертву» (режиссер К. Серебренников).

23 июня – 2 июля: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «О Саре» (Швеция, режиссер О. Карим).

14-17 июля: саммит «Большой восьмерки» в Санкт-Петербурге.

2007

Политический конфликт между США и Россией по поводу намерения США разместить в Польше и Чехии системы противоракетной обороны.

8 февраля: министр обороны США Р. Гейтс заявил, что США «следовало бы быть готовыми к возможному вооружённому конфликту с Россией».

10 февраля: Президент России В. Путин резко раскритиковал внешнюю политику США на Совещании по мировой безопасности в Мюнхене.

3-11 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2007. Главный приз: «Простые вещи» (режиссер А. Попогребский).

21–30 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Путешествие с домашними животными» (Россия, режиссер В. Сторожева).

14 июля: Президент России В. Путин подписал Указ «О приостановлении Российской Федерацией действия Договора об обычных вооружениях в Европе».

2008

2 марта: Д. Медведев избран Президентом России.

5-6 апреля: встреча Дж.Буша-мл. и В. Путина в Сочи.

8 мая: утверждение В. Путина на пост премьер-министра правительства России.

7-15 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2008. Главный приз: «Шулгетс» (режиссер Б. Бакурадзе).

19–28 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: "Проще простого" (Иран, режиссер Р. Мир Карими).

Июль: мировые цены на нефть достигают нового пика - свыше 140 долларов за баррель.

8-16 августа: вооруженный конфликт между Грузией и Россией, связанный с Южной Осетией и Абхазией.

26 августа: Президент России Д. Медведев подписал указ о признании независимости Абхазии и Южной Осетии.

18-20 декабря: седьмой съезд кинематографистов России, на котором была предпринята попытка (при отсутствии необходимого кворума) сместить режиссера Н. Михалкова с поста Председателя Союза кинематографистов и избрать на эту должность режиссера М. Худиева (1925-2019).

Август-декабрь: с падением мировых цен на нефть (сначала до 100 долларов за баррель, а потом и ниже) и крушением ключевых кредитно-банковских консорциумов США начинается самый тяжелый со времен 1930-х годов мировой экономический кризис, особенно осязаемый в зависимой от экспорта нефти российской экономике. Мировые цены на нефть резко (в 4,6 раза) падают – со 140 долларов за баррель в июле до 30 долларов за баррель в декабре.

Август-декабрь: резкое понижение курса рубля (на 30%) по отношению к мировым валютам.

2009

20 января: президентом США становится Б. Обама, начало «перезагрузки» американо-российских отношений.

Январь: очередной «газовый кризис» между Россией и Украиной.

30-31 марта: Чрезвычайный съезд Союза кинематографистов России отменил нелегитимное (по причине отсутствия кворума) избрание М. Хуциева и большинством голосов снова избрал режиссера Н. Михалкова на пост Председателя Союза кинематографистов России.

Май: редакция журнала «Искусство кино» получило письмо за подписью председателя Союза кинематографистов Н. Михалкова с предписанием освободить помещение на первом этаже дома на улице Усиевича, принадлежащее Союзу кинематографистов России. В августе того же года редакция арендовала иное помещение, также расположенное в Москве. Основной причиной выселения редакции «Искусства кино» стало активное участие главного редактора журнала «Искусство кино» Д. Дондурей (1947-2017) в попытке смещения Н. Михалкова с поста Председателя Союза кинематографистов России на съезде 18-20 декабря 2008 года.

7-15 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2009. Главный приз: «Волчок» (режиссер В. Сигарев).

19–28 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Петя по дороге в царствие небесное» (Россия, режиссер Н. Досталь)

Июнь: мировые цены на нефть повышаются до 70 долларов за баррель.

1 июля: в России разрешена деятельность игорных заведений только в специальных игорных зонах.

6-7 июля: первый визит Президента США Б. Обамы в Москву, его встречи с Президентом России Д. Медведевым и премьер-министром В. Путиным.

Сентябрь: Президент США Б. Обама объявил об отмене решения США разместить в Польше и Чехии системы противоракетной обороны.

5 декабря: пожар в ночном клубе «Хромая лошадь» в Перми (погибло 156 человек).

2010

7 февраля: президентские выборы на Украине выиграл В. Янукович, который 25 февраля официально вступил в должность.

8 апреля: Президент США Б. Обама и президент России Д. Медведев подписали в Праге договор об ограничении ядерных вооружений.

18 марта: Математический институт Клэя объявил о присуждении Г. Перельману премии в размере 1 миллион долларов США за доказательство гипотезы Пуанкаре.

8 апреля: Президент России Д. Медведев и президент США Б. Обама в Праге подписали Договор о сокращении стратегических наступательных вооружений.

10 апреля: авиакатастрофа под Смоленском, в которой погибли президент Польши Л. Качиньски с супругой, глава Генштаба Польши Ф. Гонгор, глава Национального банка Польши С. Схиппек и др.

6-13 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2010. Главный приз: «Перемирие» (режиссер С. Проскурина).

17–26 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Брат» (Венесуэла, режиссер М. Раскин).

31 августа: президент США Б. Обама официально объявил о завершении военной операции в Ираке.

9 сентября: Министерство Юстиции Российской Федерации выдало свидетельство о государственной регистрации Региональной общественной организации «Союз кинематографистов и профессиональных кинематографических организаций и объединений», куда вошло менее двухсот кинематографистов, не согласных с решениями Чрезвычайного съезда Союза кинематографистов России от 31.03.2009 года и с кандидатурой Н. Михалкова. В состав Киносоюза вошли режиссеры А. Герман (1938-2013), Ю. Гусман, А. Зельдович, П. Лунгин, В. Манский, А. Митта, Г. Натансон (1921-2017), Ю. Норштейн, А. Попогребский, А. Прошкин, Э. Рязанов (1927-2015), А. Смирнова, А. Сокуров, В. Тодоровский, Б. Хлебников, Н. Хомерики, Е. Цымбал, сценаристы Ю. Арабов, А. Гельман, главный редактор журнала «Искусство кино» Д. Дондурей (1947-2017), писатель, публицист и кинокритик Д. Быков, киноведы, кинокритики Л. Аркус, Ю. Богомолов, Н. Клейман, В. Матизен, Н. Нусинова, Л. Павлючик, А. Плахов, Е. Стишова, К. Щербakov и др.

28 сентября: мэр Москвы Юрий Лужков отправлен в отставку «в связи с утратой доверия Президента РФ».

2011

25 января: Государственная дума России окончательно ратифицировала договор об СНВ-3.

1 марта: в России вступил в силу закон «О полиции».

16 апреля: вступил в силу безвизовый режим между Россией и Турцией.

4-11 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2011. Главный приз: «Безразличие» (режиссер О. Флянгольц).

23 июня – 2 июля: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Волны» (Испания, режиссер А. Моранс).

16 декабря: Подписан протокол о вступлении России во Всемирную торговую организацию.

Совладелец компьютерного клуба в Симферополе О. Сенцов снял на свои средства любительский игровой фильм «Геймер».

2012

4 марта: на выборах Президента России победителем стал В. Путин.

7 мая: официальное вступление В. Путина в должность Президента России.

8 мая: Д. Медведев утвержден на пост Премьер-министра России.

3-10 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2012. Главный приз: «Я буду рядом» (режиссер П. Руминов).

21–30 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Отбросы» (Великобритания, режиссер Т. Кришнан).

10 июля: Государственная дума России ратифицировала договор о присоединении России ко Всемирной торговой организации.

2013

20 января: Б. Обама вступил в должность президента США на второй срок.

2-9 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2013. Главный приз: «Географ глобус пропил» (режиссер А. Велединский).

20–29 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Частица» (Турция, режиссер Э. Тепегез).

1 августа: В РФ вступил в силу «Антипиратский закон».

2014

7–23 февраля: XXII зимние Олимпийские игры (Сочи).

18–21 февраля: «майданный» конфликт в центре Киева (погибло 77 человек).

22 февраля: Верховная Рада лишила президента Украины В. Януковича президентской власти.

23 февраля: временные обязанности президента Украины возложены на А. Турчинова.

27 февраля: начало российской специальной военной операции в Крыму.

8-13 марта: на сайте Киносоюза опубликовано письмо в поддержку нового руководства Украины и против российской специальной военной операции в Крыму. Данное письмо подписали режиссеры Г. Бардин, А. Звягинцев, А. Зельдович, В. Манский, А. Попогребский, А. Прошкин, Э. Рязанов (1927-2015), А. Смирнов, А. Смирнова, Б. Хлебников, Е. Цымбал, И. Хржановский, П. Чухрай, актеры Ю. Ауг, Л. Ахеджакова, Е. Коренева, А. Феклистов, сценарист и драматург А. Гельман, главный редактор журнала «Искусство кино» Д. Дондурей (1947-2017), писатель, публицист и кинокритик Д. Быков, киноведы, кинокритики З. Абдуллаева, Л. Аркус, А. Артюх, П. Багров, Ю. Богомолов, А. Долин, Н. Зархи (1946-2017), С. Киселев, Н. Клейман, Е. Майзель, Е. Марголит, В. Матизен, Н. Нусинова, Л. Павлючик, А. Плахов, И. Рубанова, Н. Сиривля, Е. Стишова, Д. Тасбулатова, Н. Цыркун, В. Шмыров, А. Шемякин, Д. Шнейдеров и др.

11-13 марта: на сайте Министерства культуры РФ опубликовано письмо деятелей культуры в поддержку политики Российской Федерации в Крыму. Среди подписавших были режиссеры Ф. Бондарчук, В. Бортко, С. Говорухин (1936-2018), Б. Грачевский (1949-2021), Р. Давлетьяров, С. Дружинина, П. Лунгин, Д. Месхиев, С. Мирошниченко, В. Пичул (1961-2015), А. Учитель, Д. Файзиев, В. Хотиненко, К. Шахназаров, актеры А. Бабенко, А. Баталов (1928-2017), С. Безруков, Н. Бондарчук, М. Боярский, Н. Бурылев, Э. Быстрицкая (1928-2019), А. Гуськов, Н. Егорова, Б. Клоев (1944-2020), В. Лановой (1934-2021), А. Михайлов, С. Никоненко, Ю. Соломин, Е. Стеблов, О. Табаков (1935-2018), В. Талызина, Г. Хазанов, Д. Харатьян, Л. Чурсина, В. Шевельков, ректор ВГИКа В. Малышев и др.

11 марта: Парламент Крыма принял декларацию о независимости от Украины.

16 марта: в Республике Крым и в Севастополе прошёл референдум о статусе Крыма. По официальным результатам референдума 96,77 % избирателей Автономной Республики Крым и 95,6 % избирателей Севастополя выбрали присоединение Крыма к России.

17 марта: Президент России В. Путин подписал указ о признании независимости Крыма.
18-21 марта: воссоединение Крыма с Россией, Крым вошел в состав Российской Федерации на правах автономии.
7 апреля: провозглашение Донецкой Народной Республики, с 12 мая объявившей себя независимой.
27 апреля: провозглашение Луганской Народной Республики, так же объявившей себя независимой.
Апрель-декабрь: вооруженные столкновения на Донбассе между формированиями ДНР и ЛНР и украинской армией.
2 мая: в Одессе произошли столкновения сторонников и противников украинских властей, десятки погибших.
10 мая: бывший совладелец компьютерного клуба в Симферополе и режиссер-любитель О. Сенцов задержан в Крыму Федеральной службой безопасности России по подозрению в терроризме.
25 мая: на досрочных выборах президента Украины победил П. Порошенко, официально вступивший в должность с 7 июня.
1-8 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2014. Главный приз: «Испытание» (режиссер А. Котт).
19–28 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Мой мужчина» (Япония, режиссер К. Кумакири).
5 сентября: подписаны Минские соглашения по Донбассу.

2015
11-12 февраля: в Минске состоялась встреча президентов и представителей МИД Германии, России, Украины и Франции. Принята Декларация по Донбассу и разработаны шаги по имплементации Минского соглашения.
7-14 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2015. Главный приз: «Про любовь» (режиссер А. Меликян).
19–26 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Лузеры» (Болгария, режиссер И. Христов).
25 августа: Северо-Кавказский окружной военный суд приговорил режиссера-любителя О. Сенцова по обвинению в терроризме к 20 годам лишения свободы с отбыванием в колонии строгого режима.
30 сентября: Россия нанесла первый авиаудар по позициям ИГИЛ в Сирии, начало специальной военной операции России в Сирии.
16 ноября: премьера первого сезона сериала «Слуга народа» с комедийным актером В. Зеленским в главной роли, ставшего потом частью его предвыборной президентской кампании на Украине.
Январь-декабрь: продолжение «замороженного» конфликта на Донбассе.

2016
15 марта: Россия начала вывод воинской группировки из Сирии.
6-13 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2016. Главный приз: «Хороший мальчик» (режиссер О. Карас).
23–30 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Дочь» (Иран, режиссер Р. Миркарими).
14 июля: в Ницце во время празднования Дня взятия Бастии террорист на большегрузном автомобиле протаранил толпу людей, погибли 85 человек, около 200 получили ранения.
15-16 июля: неудачная попытка государственного переворота в Турции (погибло около трехсот человек).
19 декабря: теракт в Берлине - грузовик врезался в толпу на Рождественской ярмарке, погибло 12 человек, ответственность за теракт взяла на себя группировка «Исламское государство».
25 декабря: после взлёта из аэропорта Сочи потерпел катастрофу самолёт Ту-154, погибли 92 человека, среди которых были артисты Ансамбля песни и пляски Российской Армии имени А.В. Александрова, известный общественный деятель Е. Глинка и др.
Январь-декабрь: продолжение «замороженного» конфликта на Донбассе.

2017
20 января: Д. Трамп вступил в должность президента США.
7 мая: на президентских выборах во Франции победил Э. Макрон.
7-14 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2017. Главный приз: «Аритмия» (режиссер Б. Хлебников).
22–29 июня: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Хохлатый Ибис» (Китай, режиссер Ц. Лян).
14-22 октября: XIX Всемирный фестиваль молодёжи и студентов (Сочи).
23 октября: премьера второго сезона сериала «Слуга народа» с комедийным актером В. Зеленским в главной роли, ставшего потом частью его предвыборной президентской кампании на Украине.
Январь-декабрь: продолжение «замороженного» конфликта на Донбассе.

2018
4 марта: инцидент с отравлением бывшего британского шпиона С. Скрипаля и его дочери в Солсбери, приведший к политическому конфликту между Россией и Великобританией.
18 марта: В. Путин вновь победил на выборах Президента России.
25 марта: пожар в торговом центре «Зимняя вишня» в Кемерово, вызвавший гибель людей.
19–26 апреля: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Царь-птица» (Россия, режиссер Э. Новиков).
2-10 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2018. Главный приз: «Сердце мира» (режиссер Н. Мащанинова).
16 июля: встреча между президентом России В. Путиным и президентом США Д. Трампом в Хельсинки.
3 октября: Президент России В. Путин подписал Федеральный закон о внесении изменений в пенсионное законодательство, среди которых — повышение пенсионного возраста.
11 октября: Синод Константинопольского патриархата официально объявил о начале предоставления автокефалии православной церкви на Украине, в частности, сняв наложенную Русской православной церковью анафему на лидеров канонически непризнанных «Киевского патриархата» и УАПЦ Филарета и Макарий, отменив решение от 1696 года по присоединению Киевской митрополии к Московскому патриархату.
15 октября: разрыв евхаристического общения Русской православной церкви с Константинопольским патриархатом.
17 октября: массовое убийство в Керченском политехническом колледже; 21 человек (включая студента-убийцу) было убито, ранено более пятидесяти.
Январь-декабрь: продолжение «замороженного» конфликта на Донбассе.

2019
1 января: вступило в силу решение США о выходе из ЮНЕСКО.
4-6 января: раскол Православной церкви - Константинопольский патриарх Варфоломей подписал томос об автокефалии Православной церкви Украины, узаконив тем самым Предоставление автокефалии православной церкви на Украине; данное решение не признали и осудили Русская православная церковь и ряд других поместных православных церквей.
2 февраля: США приостановили действие Договора о ликвидации ракет средней и меньшей дальности, Россия ответила симметрично.
27 марта: премьера третьего сезона сериала «Слуга народа» с комедийным актером В. Зеленским в главной роли, ставшего частью его предвыборной президентской кампании на Украине.
18 апреля – 25 апреля: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Тренинг личностного роста» (Казахстан, режиссер Ф. Шарипов).
9-16 июня: Фестиваль «Кинотавр»-2019. Главный приз: «Бык» (режиссер Б. Акопов).
20 мая: победивший П. Порошенко комедийный актер В. Зеленский вступил в должность президента Украины.
21 июля: на внеочередных парламентских выборах на Украине победила партия «Слуга народа» президента В. Зеленского.
2 августа: США официально вышли из Договора о ядерных силах средней дальности, заключённого с СССР в 1987 году.
7 сентября: заключенный режиссер-любитель О. Сенцов досрочно освобожден из места своего заключения в рамках обмена удерживаемыми лицами между Россией и Украиной и выехал на Украину.
8 декабря: началась пандемия коронавируса SARS-CoV-2, вызывающего COVID-19.

9 декабря: в Париже прошёл саммит Нормандской четвёрки: Германии, Франции, России и Украины, по итогам которого территориям Донецкой и Луганской областей, находящимся под контролем самопровозглашённых ДНР и ЛНР продлевается статус «особого региона».

Январь-декабрь: продолжение «замороженного» конфликта на Донбассе.

2020

8 января: Президент России В. Путин и президент Турции Р. Эрдоган открыли газовый «Турецкий поток».

15 января: Правительство России во главе с Д. Медведевым ушло в отставку.

21 января: в России сформировано новое правительство во главе с премьер-министром М. Мишустиним.

31 января: Великобритания вышла из Европейского Союза (Brexit).

31 января: ВОЗ признала вспышку коронавируса чрезвычайной ситуацией в области общественного здравоохранения, имеющей международное значение.

29 февраля: США и «Талибан» подписали мирное соглашение о прекращении войны в Афганистане.

17 марта: Евросоюз из-за коронавируса COVID-19 закрывает внешние границы сообщества на 30 дней.

18 марта: Россия из-за пандемии коронавируса COVID-19 ограничивает въезд для иностранцев.

25 мая: в Миннеаполисе во время ареста погиб афроамериканец Дж. Флойд, что вызвало массовые протесты против расизма в США и в других странах.

1 июля: открылось грузовое железнодорожное движение по Крымскому мосту через Керченский пролив.

20 августа: российский оппозиционер А. Навальный госпитализирован в Омскую больницу с отравлением, откуда позже был перевезён на лечение в Германию.

11-18 сентября: Фестиваль «Кинотавр»-2020. Главный приз: «Пугало» (режиссер Д. Давыдов).

27 сентября: начало вооруженного конфликта в Карабахе.

1-8 октября: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «Блокадный дневник» (Россия, режиссер А. Зайцев).

10 ноября: Армения и Азербайджан подписали заявление о прекращении огня. Армения передала Азербайджану территории в Нагорном Карабахе.

Январь-декабрь: продолжение «замороженного» конфликта на Донбассе.

2021

6 января: захват здания Конгресса США сторонниками Д. Трампа в Вашингтоне - с целью отвергнуть официальные результаты президентских выборов 2020 года и поддержать требование Д. Трампа к вице-президенту М. Пенсу и Конгрессу не признавать победу Дж. Байдена на выборах 2020 года.

20 января: официальное вступление Дж. Байдена в должность президента США.

23 января: акции оппозиции в поддержку А. Навального в нескольких российских городах.

29 января: подписание Президентом России В. Путиным закона о ратификации соглашения, продлевающего на пять лет действие «СНВ-3».

2 февраля: суд по делу «Ив Роше» заменил оппозиционеру А. Навальному условный срок на реальный длительностью 3,5 года - в колонии общего режима

10 апреля: политические видеосюжеты А. Навального, подготовленные им с помощью западных медиапрофессионалов в Германии «Я позвонил своему убийце» (2020) и «Дворец для Путина» (2021), получили спецпремию группы российских кинокритиков «Белый слон».

22-29 апреля: Московский международный кинофестиваль в Москве. Главный приз «Золотой Георгий»: «#засранка» (Румыния, режиссер А. Хуцуляк).

18-25 сентября: Фестиваль «Кинотавр»-2021. Главный приз: «Море волнуется раз» (режиссер Н. Хомерики).

8 декабря: канцлер Германии А. Меркель сложила свои полномочия. Новым федеральным канцлером Германии назначен О. Шольц.

Январь-декабрь: продолжение «замороженного» конфликта на Донбассе.