

УДК 316.74:77

АРТХАУСНИЙ КИНЕМАТОГРАФ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН: ДЕМАРКАЦИЯ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ

Коновалов А. Е.

аспірант,

Кафедра медиа-коммуникаций

Социологический факультет,

Харьковский национальный университет им. В.Н. Каразина

Популяризація сучасного артхаусного кінематографу та зростаюча цікавість до нього з боку різноманітних соціальних груп визначає актуальність артаусу в області соціологічних досліджень. Саме цей напрямок кінематографу зачіпає найгостріші соціокультурні трансформації сучасного суспільства, паралельно сприяючи встановленню нових соціальних інтеракцій, формуванню моделей поведінки та ціннісних установок аудиторії. Актуальність соціокультурного дослідження феномену артхаусного кінематографу зумовлює необхідність розробки понятійного апарату, який зможе слугувати інструментарієм подальшого теоретичного дослідження. Стаття присвячена термінологічному аналізу досліджень соціокультурного феномену артхаусного кінематографу. Пропонуються до розгляду варіанти детермінації таких основних понять як арт-сінема, арт-хаус, незалежний кінематограф.

Ключові слова: артхаусний кінематограф, арт-сінема, арт-хаус, соціокультурний феномен, соціальний інститут, соціальні інтеракції.

Популяризация современного артхаусного кинематографа и возрастающий к нему интерес различных социальных групп определяют актуальность артауса в области социологических исследований. Именно это направление кинематографа затрагивает наиболее острые социокультурные трансформации современного общества, параллельно способствуя установлению новых социальных интеракций, формированию моделей поведения и ценностных установок аудитории. Актуальность социокультурного исследования феномена артхаусного кинематографа предопределяет необходимость разработки понятийного аппарата, который сможет служить инструментарием дальнейшего теоретического исследования. Статья посвящена терминологическому анализу исследований социокультурного феномена артхаусного кинематографа. Предлагаются к рассмотрению варианты детерминации таких основных понятий как арт-синема, арт-хаус, независимый кинематограф.

Ключевые слова: артхаусный кинематограф, арт-синема, арт-хаус, социокультурный феномен, социальный институт, социальные интеракции.

Popularization of the contemporary art house cinema and the growing interest in it on behalf of various social groups determines the relevance of the art house cinema in the field of sociological research. It is this trend of the cinema that affects the most acute socio-cultural transformations of the modern society, simultaneously contributing to the establishment of new social interactions, forming of behavioral models and value paradigms of the audience. The relevance of socio-cultural studies of the phenomenon of the art house cinema determines the need for a conceptual apparatus that can serve as a tool for further theoretical research. The article deals with terminological analysis of socio-cultural phenomenon research of the art house cinema. Options for determination of such basic concepts as the art cinema, art house cinema, the independent cinema are offered for consideration.

Key Words: art house cinema, art cinema, art house, socio-cultural phenomenon, social institution, social interactions. соціокультурний феномен, соціальний інститут, соціальні інтеракції.

Постановка проблемы

Понятие артхаусного кинематографа – одно из наиболее размытых в отечественном социологическом дискурсе. Говоря об артхаусном кинематографе, необходимо четко разграничивать понятие «арт-синема» – общепринятый в зарубежной научной практике термин, обозначающий как нарративные, так и институциональные особенности кинематографа (синоним артхаусного кинематографа в отечественной научной среде), – и понятие «арт-хаус», обозначающее место, архитектурное строение или мини-кинотеатр, где демонстрируется европейское кино. В рамках данной статьи необходимо различать понятие «арт-хаус» как место демонстрации европейских фильмов в США и «артхаус», употребляемый в отечественном научно-популярном дискурсе для описания всей модели кинопроизводства, противопоставляющей себя мейнстримовскому кино. Кроме вышеперечисленных, в рамках изучения феномена артхаусного кинематографа также

существует целый ряд понятий, нуждающихся в определении с целью дальнейшего теоретического исследования авторского интеллектуального кинематографа как социокультурного феномена.

Целью статьи является определение основных понятий исследования артхаусного кинематографа как социокультурного феномена.

Анализ исследований и публикаций

Для достижения поставленной цели нами были взяты за теоретическую основу научные работы таких теоретиков массовой коммуникации как Д. Бордуэлл, Б. Вилински, С. Нил и Н.В. Самутина. Наиболее фундаментальными являются исследования артхаусного кинематографа Д. Бордуэлла и С. Нила, которые основаны как на формальном, нарративном так и на институциональном анализе исследуемого феномена. Д. Бордуэлл в своих работах предлагает систему критериев, при помощи которых становится возможной дифференциация таких направлений в кинематографе как авторское кино и арт-синема. Однако его критерии основаны в большей степени на формальном исследовании кинематографа, в то время как С. Нил выделяет ряд факторов, способствующих социальной институционализации артхаусного кинематографа. В постсоветском пространстве одним из первых исследований, в котором была предпринята попытка разграничения понятий в рамках изучения феномена артхаусного кинематографа, была работа «Авторский интеллектуальный кинематограф как европейская идея» Н. В. Самутиной. В отличие от своей российской коллеги, исследователь из Университета Аризоны Б. Вилински в книге «SureSeaters: The Emergence of Art House Cinema» анализирует не столько понятия, которые определяют артхаусный кинематограф как средство массовой коммуникации, сколько те, которые способствуют его социальной институционализации. Это делает разработки Б. Вилински крайне актуальными в разрезе социологического исследования артхаусного направления в кинематографе. Степень изученности артхаусного кинематографа как социокультурного феномена в иностранной научной практике является необходимым фундаментом для его дальнейшего исследования с социологических позиций. Однако такие аспекты как классификация целого ряда смежных жанровых форм, факторы социальной институционализации арт-синема, новые социальные интеракции нуждаются в дальнейшем исследовании и конкретизации. Здесь, прежде всего, речь идет о выработке понятийного поля, которое сможет служить инструментарием дальнейших теоретических исследований.

Изложение основного материала

Многие исследователи в области массовой коммуникации утверждают, что артхаусный кинематограф является антиподом мейнстримовскому игровому кинематографу. Каждый из артхаусных фильмов уникален в силу индивидуального стиля автора, но есть в них нечто общее, дающее право говорить о специфической модели кинематографа. Н. В. Самутина выделяет следующие характерные черты артхаусного кино: отношение к кино как к искусству, а не к развлечению; ориентация на содержательную глубину, а не на зрелищность; акцент не на действии, а на характерах и мотивах героев; отказ от однозначно считаваемых жанровых схем в пользу сложности и неоднозначности кинотекста; внимание к философским вопросам, конфликтным ситуациям и проблемам личности; использование оригинального киноязыка и новаторских стилистических приемов[3].

Понятие арт-синема (англ. ArtCinema) – международный термин, используемый для обозначения авторского кино. По крайней мере, в научном дискурсе он употребляется, прежде всего, применительно к европейскому авторскому кино и рассматривается как специфически европейский феномен. Для его описания в исследовательской практике также используется более сложная конструкция – «авторский интеллектуальный европейский кинематограф» [1, с. 65]. Во французском языке существует понятие «*Cinéma d'Art et d'Essai*», которое в полной мере передает семантическое значение арт-синема как кинематографа искусства и авторства, апеллируя одновременно и к формальным, и к институциональным его особенностям, поскольку во Франции сегодня существует целая сеть кинотеатров *Art et Essai*, в которых транслируются артхаусные фильмы и чья деятельность регламентирована правовыми документами.

Хотя некоторые черты арт-синема проявлялись в кино начала XX века, как культурное единство эта модель кинематографа существует с 1940-х–1950-х годов [2, с. 52]. Что способствовало развитию арт-синема? С. Нил особое значение придает экономическим факторам и роли европейских государств, рассматривая арт-синема как ответ на экспансию американского кино на европейских рынках кинопродукции. Голливудские фильмы сделаны таким образом, чтобы привлечь и развлечь максимальное число зрителей, потому они массово популярны и сверхприбыльны. Их популярность и экономическая эффективность

привели к тому, что с 1920-х годов начался (и, к слову, так и не закончился) «захват» голливудским кино европейской аудитории. Спротивление экспансии возможно было через противопоставление голливудской модели другого типа кинематографа, модели-антипода, которой и становится арт-синема.

С. Нил фактически утверждает следующее: в ситуации, когда американские фильмы являются безусловными лидерами в нише массового кино, ответом европейских государств становится создание другой ниши на международном рынке – авторского интеллектуального кино [6, с.24]. В свою очередь, национальные правительства, заинтересованные в конкурентоспособности своего кинематографа, начиная с послевоенного времени разворачивают программы по поддержке интеллектуальной деятельности в сфере национального кино, в особенности фильмов, отличающихся «художественными достоинствами».

Экономический фактор и связанная с ним государственная поддержка, по-видимому, сыграли серьезную роль в развитии арт-синема как социокультурного явления, и недооценивать их было бы ошибкой. Между тем, и переоценивать их тоже не стоит. Как отмечает Н.В. Самутина, причины экономического характера важны, но не они стали решающими в возникновении арт-синема. Само его противопоставление голливудскому кино на международном рынке возможно благодаря тому, что, во-первых, идея элитарности и отдаления высокого от массового является неотъемлемой чертой европейской культуры и проявляется в любой социокультурной практике, в том числе в кинематографе (можно предположить, что в отсутствие Голливуда арт-синема развивалось бы в противовес европейскому массовому кино); во-вторых, идеи интеллектуальности, культурности, авторства, свойственные арт-синема, характерны для европейской интеллектуальной традиции в целом. В ней же заложено стереотипное восприятие всего американского как поверхностного, невнимательного к смыслу, лишено культурных корней [3]. Во всей институциональной организации арт-синема (включая европейские кинофестивали, кинокритику, европейское совместное кинопроизводство [4, с.239] и пр.) воспроизводится идея неприятия того «некультурного», что обнаруживается в голливудском кино. Это и делает арт-синема специфически европейским феноменом [7, с.85].

Арт-хаус (англ. ArtHouse) – американский феномен. В книге «Sure seaters: The Emergence of Art House Cinema» Б. Вилински, исследователь массовых коммуникаций из Университета Аризоны, анализирует артаушный кинопрокат с середины 1940-х (момента его появления) до начала 1950-х годов. Нужно сказать, что в довоенное время киноклубы, демонстрирующие интеллектуальное кино, занимали важное место в кинематографической жизни Европы. Однако как отдельная ниша киноиндустрии такой кинопоказ начинает формироваться именно в середине 1940-х годов в США. Арт-хаусы стали альтернативным способом остаться в американской киноиндустрии для тех, кто не смог и (или) не захотел найти места в мейнстриме – кинопрокате массового кино. Чтобы привлечь определенного зрителя и отвоевать часть рыночного пространства, требовалось предложить модель, альтернативную массовому прокату. Знаком отличия от мейнстрима становится обращение к дискурсам искусства и высокой культуры.

Обратимся к таким характеристикам как «элитарное» и «не для всех», часто используемым в научно-популярном дискурсе в качестве синонимов понятия артаушное кино. Они относятся не столько к тому, как создается кино, сколько к тому, как оно представляется зрителю и как конструируется образ аудитории, для которой фильм предназначен. По мнению Б. Вилински, способ организации артаушных кинотеатров позволил создать у посетителей ощущение привилегированности и избранности [7, с. 76]. Репертуаром артаусов в послевоенные годы стали независимое американское кино, фильмы иностранных кинематографий, прежде всего западноевропейских (арт-синема) и голливудская «классика» довоенного периода. Однако, стремясь разойтись с голливудским мейнстримом, артаушные прокатчики не просто начали показ интеллектуального кино, но переопределили зрительское отношение к самой практике посещения кинотеатров. Образ арт-хауса как интеллектуальной площадки создавался и поддерживался при помощи особых маркетинговых стратегий. Эти стратегии коснулись всех деталей кинотеатра и кинопоказа: искусно выполненный дизайн фойе, картины на стенах, кофе вместо поп-корна, анонсы фильмов в университетских газетах, постеры и программки с выдержками из статей кинокритиков, имидж руководителя кинотеатра – стильно одетого и курящего трубку интеллектуала, пространство, оборудованное для серьезных и долгих дискуссий, нежелательность или даже запрет на присутствие детей и т.д. С помощью этих стратегий сформировался и образ посетителя арт-хауса – как человека зрелого и интеллектуального, ценителя искусства, развивающего художественный вкус. И зрители, желающие соответствовать такому образу, действительно, нашлись – проект артаушных кинотеатров

оказался финансово успешным. Б. Вилински отмечает, что уже в начале 1950-х годов арт-хаусы заняли заметное место на американском рынке кинопоказа.

Послевоенные годы – время возникновения арт-синема, так же как и время появления артхаусных кинотеатров. Репертуар последних формировался в большой степени за счет европейских авторских фильмов. Таким образом, пока в европейском пространстве происходило формирование арт-синема и его позитивной чертой становилось негативное отношение к голливудскому кино, на родине этого самого кино – в США – складывались институциональные правила проката и показа интеллектуальных фильмов (в том числе арт-синема), т.е. основные принципы арт-хауса. Начиная с 1940-х – 1950-х годов, эти изменения выразились в серьезной заинтересованности кинематографом, осознании его культурной роли и эстетического значения (на законодательном уровне, в университетской образовательной системе, в научном сообществе и т.д.). Арт-хаусы способствовали воспитанию зрителя, который прежде рассматривал кинематограф исключительно как развлечение и забаву, но, приобщаясь к интеллектуальному пространству новых кинотеатров, начинал воспринимать кино как сферу искусства, способ проблематизации окружающего мира.

В чем же причины успешности стратегии, выбранной владельцами арт-хаусов? Во-первых, в том, что арт-хаусы как альтернатива массовому кинопоказу могли появиться потому, что сформировалась модель авторского кинематографа, альтернативная модели голливудского кинопроизводства. Грубо говоря, артхаусная система показа стала возможной, поскольку было, что показывать (как европейские авторские работы, так и работы независимых американских режиссеров). Во-вторых, успешность арт-хаусов, если следовать логике Дж. Лупо, объясняется тем, что при их позиционировании эксплуатировалась идея, отвечавшая социальным изменениям в американском послевоенном обществе. Это идея противопоставления высокой, элитарной, культуры – «обывательской», т.е. свойственной среднему классу, начавшему расти в послевоенные годы [5].

Используя различные стратегии, владельцы кинотеатров маркировали посещение арт-хауса как деятельность, занимающую верхние позиции в иерархии социокультурных практик. Арт-хаусы апеллировали к идеям интеллектуальности и искусства и могли служить способом приобщения к высокой культуре, т.е. давали зрителю возможность повысить свой статус за счет накопления культурного капитала при умеренных затратах капитала экономического [5]. Другими словами, успех владельцев артхаусных кинотеатров в поисках своего зрителя и формировании сегмента, альтернативного американскому массовому кино, в значительной степени объясняется тем, что их стратегии отвечали идеям, уже актуализированным в конкретном культурно-историческом контексте.

Некоммерческий статус кино и его интеллектуальность (следующие две характеристики) взаимосвязаны. Они отсылают нас к фильмам, чьи создатели не ставят цели получить астрономические кассовые сборы, увлекая зрителя проверенными жанровыми ходами. Напротив, режиссеры поднимают серьезные философские и социальные вопросы, говоря на нетривиальном кинематографическом языке. Это – трудное для восприятия кино, которое требует непростой умственной работы. Оно, как следствие, не претендует на сборы, сопоставимые со сборами голливудских блокбастеров. Коммерческий успех может быть важной, но не приоритетной целью интеллектуальных некоммерческих фильмов. В любом случае его достижение потребует особой институциональной организации кинопроката.

Авторское, или режиссерское, кино – самый общий термин, описывающий такую модель организации кинематографа, в которой на первый план выходит автор произведения, т.е. режиссер. Последний играет ключевую роль на всех этапах создания фильма и контролирует весь процесс: от продумывания замысла и написания сценария до финального монтажа и озвучивания. В авторском кино заключена идея свободного творчества и выражения индивидуальности: фильм – личное воплощение идей режиссера с помощью кинематографических средств, составляющих его неповторимый стиль. Описание авторского кино связано не столько с указанием отдельных направлений, сколько с перечислением конкретных авторов и их работ.

Заблуждение – думать, что авторское кино противопоставляется американскому кино в целом. Последнее может быть в такой же мере авторским, в какой режиссер контролирует процесс кинопроизводства и воплощает свой индивидуальный стиль при создании фильма. Само понятие «авторства» в отношении к кинематографу стало применяться в 1960-е годы, когда французские критики из журнала «Cahiers du Cinema» начали разрабатывать авторскую теорию в кинематографе, анализируя работы режиссеров американского студийного кино [1, с.67].

Следующая характеристика артхаусного кинематографа – «независимый» (англ. Independent film, indie film) – относится к американскому кино, произведенному вне, т.е. неза-

висимо от основных киностудий США, так называемых студий-мейджеров (сегодня это Big Six: Warner Bros., Paramount, Columbia, 20th Century Fox, Universal, Disney). В данном случае независимость напрямую связана с возможностью свободно реализовать авторскую идею. Работая в голливудских студиях-мейджерах, режиссер, как правило, лишен подобной свободы: он подчинен жанровым требованиям, и его действия целиком контролируются (вплоть до прямого руководства) теми, кто обеспечивает финансирование.

Выводы

Таким образом, проанализировав ряд работ исследователей в области массовых коммуникаций, можно утверждать, что в современном отечественном научном дискурсе пока не существует систематизированного понятийного поля, которое бы могло выступать инструментарием для теоретических исследований непосредственно артхаусного кинематографа как социокультурного феномена и социального института. В европейском и американском научном дискурсе на сегодняшний день уже имеется устоявшееся структурированное понятийное поле, которое способствует как теоретическим, так и эмпирическим исследованиям артхаусного кинематографа с различных теоретических позиций. Именно этим вызвана необходимость терминологического анализа научных работ зарубежных исследователей.

Предложенная в данной статье терминология не является безоговорочной, однако способствует более точному и детальному социологическому изучению артхаусного кинематографа. В статье предложен вариант разграничения таких понятий как арт-синема, арт-хаус и авторский кинематограф. Семантические спектры каждого из них соотносятся с различными областями науки. Существуют понятия «арт-синема» и тождественное ему понятие «авторский интеллектуальный европейский кинематограф». Они являются более приемлемыми для употребления в научном дискурсе, чем артхаусный кинематограф, поскольку вбирают в себя большую часть перечисленных в статье формальных и институциональных характеристик и выражают идею того, что понимание кино как искусства, интеллектуальной социокультурной практики и авторского, стилистически уникального высказывания зародилось в Европе. Понятия арт-синема или авторский интеллектуальный европейский кинематограф указывают на определение артхаусного направления в кинематографе не только как особой нарративной модели, но и как социально институционализированного явления.

Если понятие арт-синема, затрагивающее текстуальные характеристики фильма и институциональный контекст его создания, наиболее часто употребляется в академической литературе, то «арт-хаус» – изначально термин кинопрокатчиков, родившийся в киноиндустрии. Дома кино, или *arthouse theatres*, – это кинотеатры, появившиеся в США после Второй мировой войны и созданные для показа определенного рода фильмов. Другими словами, арт-хаус – это специфическая модель не производства фильма, а кинопроката – стратегия позиционирования кинотеатра, его владельцев, аудитории и репертуара. Именно это явление наиболее интересно с позиции социологического исследования, поскольку его появление и развитие способствовало установлению новых социальных интеракций, моделей поведения, ценностных установок и даже политических убеждений у значительной части поклонников артхаусного кинематографа.

Понятие же «независимый кинематограф» отсылает нас к институциональной организации кинопроизводства вне американских студий-мейджеров, что в свою очередь повлияло на зарождение новых социальных отношений в коммерческой и производственной среде.

Подобное терминологическое разграничение основывается как на институциональном, так и на формальном анализе феномена артхаусного кинематографа. Можно констатировать, что родиной этого направления является Европа, а само его появление обязано противопоставлению мейнстримовскому кинематографу. Однако говорить о том, что феномен «арт-синема» является исключительно европейским, – явное заблуждение. Ведь аналогом «европейского интеллектуального кинематографа» подчас может стать «независимое американское кино». А сама идея «арт-синема» в контексте современного своего развития потеряла четкую географическую привязку.

Литература

1. Самутина Н. В. Авторский европейский интеллектуальный кинематограф / Н. В. Самутина // Киноведческие записки. – 2002. – №62. – С. 60–72.
2. Самутина Н. В. Авторский интеллектуальный кинематограф как европейская идея / Н. В. Самутина // Киноведческие записки. – 2002. – № 60. – С. 45–62.
3. Самутина Н. В. Кино авторское (режиссерское кино) / Н. В. Самутина // Энциклопедия «Кругосвет». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/teatr_i_kino/KINO_AVTORSKOE_REZHISSERSKOE_KINO.html.
4. Bordwell D., Thompson K. Film Art. An Introduction/ D.Bordwell, K. Thompson. – N.-Y: McGraw-Hill. Humanities, Social Sciences, Languages. – 2003. – 544 p.
5. Lupo J. D. Review of Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema by Barbara Wilinsky / J. D. Lupo // Journal of Popular Film & Television. – 2005. – No. 3. – Vol. 33. – P. 171.
6. Neale S. Art Cinema as Institution / S. Neale // Screen. – 1981. – No.1. – Vol. 22. – P. 11-39.
7. Wilinsky B. Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema / Barbara Wilinsky. – Minneapolis: Minnesota UP, 2001. – 178 p.